

「北陸新幹線開業！  
私たちのくらしは変わった！？」

## 調査報告書

(消費生活研究グループ共通調査)

平成 27 年 12 月

富山県消費者協会・消費生活研究グループ連絡協議会

# は じ め に

富山県消費者協会 会長 尾畑 納子

今年3月、念願の北陸新幹線が開通し、富山県民にとって久しぶりの賑わいと活力にあふれた年となりました。

一方で、これからの地方都市は少子・高齢化、人口減少、都市部への人の移動による過疎化問題など課題も多くみられます。

そこで、本年度は、「北陸新幹線開業！私たちのくらは変わった！？」をテーマに、消費者の視点から、北陸新幹線開業によって富山がどのように変わり、また、より発展し活性化するために何をなすべきか、について、富山県内全域にわたって調査を実施しました。

幅広い年齢層からの多くの意見が集まり、日頃気づかない富山の良さ、改善しなければならない点などたくさんの方から情報が集まりました。これらの情報が有効に活用され、未来の富山の発展のための一助となれば幸いです。

終りに、アンケート調査票の作成から収集、分析のための熱心なデスカッションと多くの時間を費やしてこの報告書を作成された消費生活研究グループの皆さんに感謝申し上げます。また、アンケートの協力をいただきました皆様に厚く御礼申し上げます。

富山県消費生活研究グループ連絡協議会 会長 山本 暁子

皆様方には、毎年のアンケート調査に御協力頂き厚く御礼申し上げます。

今年の調査は、待ち望まれた北陸新幹線開業、開業をきっかけとした地域活性化に一般市民はどう向き合ったのか、活力のある県づくりのために何が出来るか、という点に思いを込めて、「北陸新幹線開業！私たちのくらは変わった！？」と題して行いました。

アンケート中の“とやまを元気にするイベントに参加”は、5人にひとりが参加した結果になり、多くの人の行動につながったと言えます。また“県外の人に言われたとやまの良いところ良くないところ”の記述では、富山の普通の生活の中に、たくさんの魅力が潜んでいることを教えられ、また、笑顔やサービス精神の不足を指摘されて、「心づくり」の大切さなどの課題を知ることが出来ました。今後、このアンケート結果をもとに、私たちが改善できることに取り組み、持続的で活力のある県づくりに繋がるよう行動していきたいと思います

アンケートの実施に当たりましては、富山国際大学の学生さんには大きな御支援を頂いており、御礼申し上げます。

# 目 次

## I 調査の概要

|                |   |
|----------------|---|
| 調査目的、調査時期、調査対象 | 1 |
|----------------|---|

## II 回答者の属性

|                |   |
|----------------|---|
| 性別、年代、職業別、世帯人数 | 1 |
|----------------|---|

## III 調査結果の概要

### 1 北陸新幹線開業について

|                                                                 |   |
|-----------------------------------------------------------------|---|
| (1) 北陸新幹線開業で、とやまを元気にする多くのイベント等が開催されましたが、あなたは参加しましたか。(Q1)        | 2 |
| (2) あなたは、北陸新幹線に乗りましたか。(Q2)                                      | 3 |
| (3) Q2で「乗った」と答えた人にお聞きします。北陸新幹線に乗って良かった点、良くなかった点についてお答えください。(Q3) | 4 |
| (4) あなたは、北陸新幹線開業で何が変わったと思いますか。(Q4)                              | 6 |

### 2 とやまの魅力、再発見

|                                               |    |
|-----------------------------------------------|----|
| (5) あなたが富山県外の人に特にアピールしたいことは何ですか。(Q5)          | 7  |
| (6) あなたが富山県外の人にいわれた、とやまの良いところや良くないところは何か。(Q6) | 9  |
| (7) 富山は「ここが変わればもっと良くなる」と思うことは何ですか。(Q7)        | 11 |
| (8) 北陸新幹線が開業しても、変わってほしくないと思うことは何ですか。(Q8)      | 12 |

### 3 とやまを活性化するために

|                                      |    |
|--------------------------------------|----|
| (9) とやまの活性化のために、行政や社会に望むことは何ですか。(Q9) | 14 |
| (10) とやまの活性化のために、自分に出来ることは何ですか。(Q10) | 16 |

## IV まとめ

|            |    |
|------------|----|
| 1 調査結果のまとめ | 18 |
| 2 今後の取組み   | 19 |

## V 回答者の意見

|                                                                 |    |
|-----------------------------------------------------------------|----|
| 1 自由意見（北陸新幹線開業をきっかけに、今後、活力や魅力のあるとやまを創造するには、どのような取組みが必要だと思いますか。） | 20 |
| 2 設問毎（その他）の意見                                                   | 24 |

|        |    |
|--------|----|
| VI 調査票 | 30 |
|--------|----|

# 北陸新幹線開業！ 私たちのくらしは変わった？

## I 調査の概要

### ◆調査目的

北陸新幹線開業をきっかけとして、もっと富山県を元気にするために、生活者の視点から、自分は何をし、どのように意識を変えたら良いのか。持続的で活力のある県づくりにつなげるためにアンケートを実施しました。

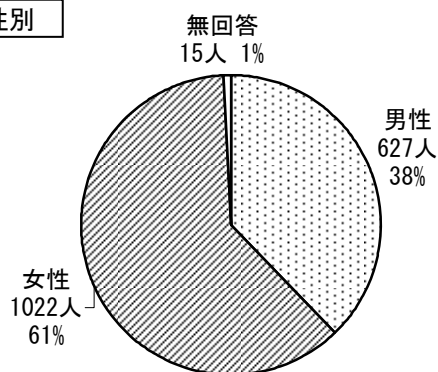
◆調査時期： 平成27年6月下旬～7月下旬

◆調査対象： 県内在住者

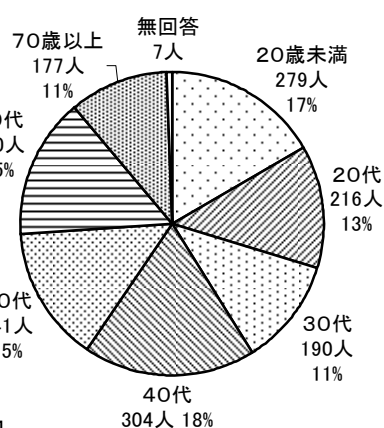
|      |        |
|------|--------|
| 配布部数 | 1,838人 |
| 回収部数 | 1,664人 |
| 回収率  | 90.5%  |

## II 回答者の属性

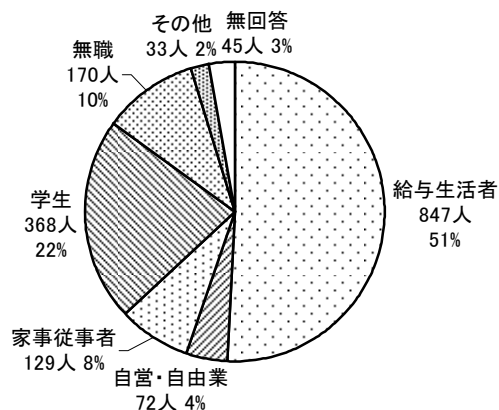
性別



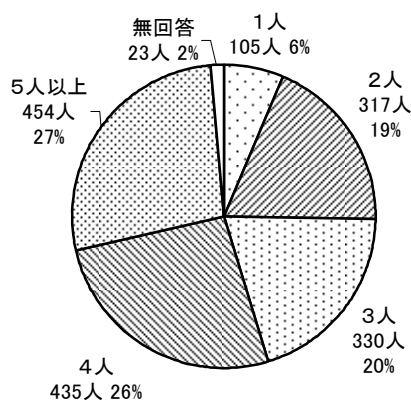
年代



職業別



世帯人数



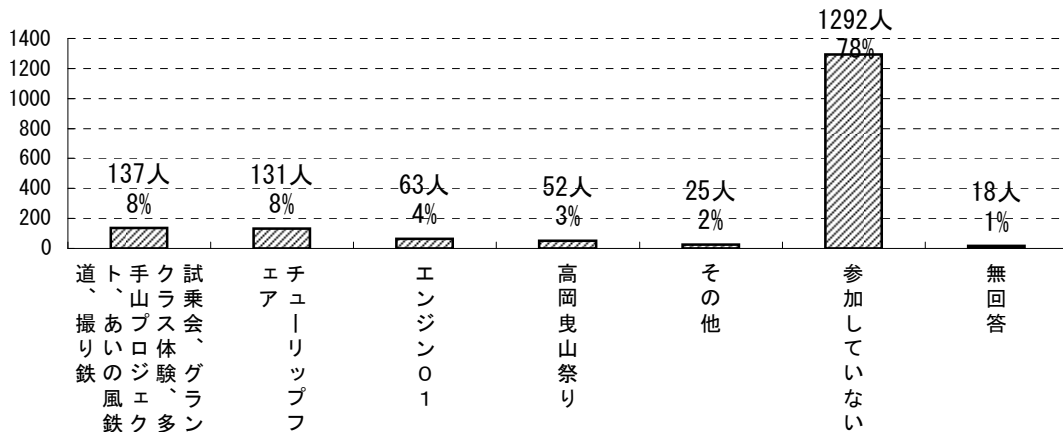
### Ⅲ 調査結果の概要

#### 1. 北陸新幹線開業について

Q1.北陸新幹線開業で、とやまを元気にする多くのイベント等が開催されましたが、あなたは参加しましたか。(いくつでも)

##### (1)全体では

北陸新幹線開業に伴う「試乗会など」の参加は8%で、従来の行事等も含めると21%の人が何らかの行事に参加している。



##### (2)年代別では

「試乗会、グランクラス体験など」の参加は60代、70代が高い。「チューリップフェア」の参加は20代が高い。

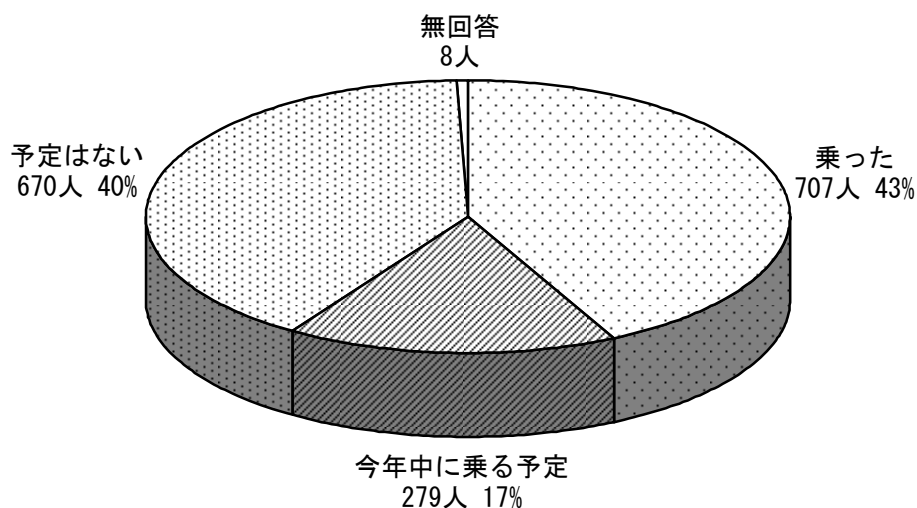
| 年代    | 人数     | 項 目        |                        |           |          |          |              |          |
|-------|--------|------------|------------------------|-----------|----------|----------|--------------|----------|
|       |        | あいの風鉄道、撮り鉄 | 試乗会、グランクラス体験、多摩山プロジェクト | チューリップフェア | エンジン01   | 高岡曳山祭り   | その他          | 参加していない  |
| 20歳未満 | 279人   | 20<br>7%   | 19<br>7%               | 3<br>1%   | 5<br>2%  | 3<br>1%  | 232<br>83%   | 4<br>1%  |
| 20代   | 216人   | 19<br>9%   | 31<br>14%              | 4<br>2%   | 3<br>1%  | 2<br>1%  | 163<br>75%   | 0<br>0%  |
| 30代   | 190人   | 6<br>3%    | 11<br>6%               | 5<br>3%   | 8<br>4%  | 1<br>1%  | 158<br>83%   | 3<br>2%  |
| 40代   | 304人   | 26<br>9%   | 14<br>5%               | 10<br>3%  | 9<br>3%  | 3<br>1%  | 243<br>80%   | 1<br>0%  |
| 50代   | 241人   | 15<br>6%   | 20<br>8%               | 21<br>9%  | 9<br>4%  | 4<br>2%  | 181<br>75%   | 1<br>0%  |
| 60代   | 250人   | 33<br>13%  | 23<br>9%               | 12<br>5%  | 10<br>4% | 12<br>5% | 175<br>70%   | 1<br>0%  |
| 70歳以上 | 177人   | 17<br>10%  | 13<br>7%               | 8<br>5%   | 8<br>5%  | 0<br>0%  | 137<br>77%   | 4<br>2%  |
| 無回答   | 7人     | 1<br>14%   | 0<br>0%                | 0<br>0%   | 0<br>0%  | 0<br>0%  | 3<br>43%     | 4<br>57% |
| 全体    | 1,664人 | 137<br>8%  | 131<br>8%              | 63<br>4%  | 52<br>3% | 25<br>2% | 1,292<br>78% | 18<br>1% |

※表における割合(%)は、それぞれの属性を母数として各項目が占める割合を算出したもの。  
(次頁以降の表についても同様とする。)

## Q2. あなたは、北陸新幹線に乗りましたか。(1つ)

### (1)全体では

「乗った」は43%、「今年中に乗る予定」は17%、「予定はない」は40%である。



### (2)年代別、職業別では

「乗った」「今年中に乗る予定」は、50代が高く、「予定はない」は、20歳未満が高い。

職業別では「乗った」「今年中に乗る予定」を合わせるとそれぞれの職業に占める割合にあまり差は見られない。「予定はない」は学生が最も高い。

| 年代    | 人数     | 項 目        |            |            |          |
|-------|--------|------------|------------|------------|----------|
|       |        | 乗った        | 今年中に乗る予定   | 予定はない      | 無回答      |
| 20歳未満 | 279人   | 61<br>22%  | 40<br>14%  | 177<br>63% | 1<br>0%  |
| 20代   | 216人   | 107<br>50% | 30<br>14%  | 79<br>37%  | 0<br>0%  |
| 30代   | 190人   | 81<br>43%  | 32<br>17%  | 76<br>40%  | 1<br>1%  |
| 40代   | 304人   | 138<br>45% | 53<br>17%  | 112<br>37% | 1<br>0%  |
| 50代   | 241人   | 124<br>51% | 45<br>19%  | 72<br>30%  | 0<br>0%  |
| 60代   | 250人   | 123<br>49% | 38<br>15%  | 88<br>35%  | 1<br>0%  |
| 70歳以上 | 177人   | 73<br>41%  | 40<br>23%  | 64<br>36%  | 0<br>0%  |
| 無回答   | 7人     | 0<br>0%    | 1<br>14%   | 2<br>29%   | 4<br>57% |
| 全体    | 1,664人 | 707<br>43% | 279<br>17% | 670<br>40% | 8<br>0%  |

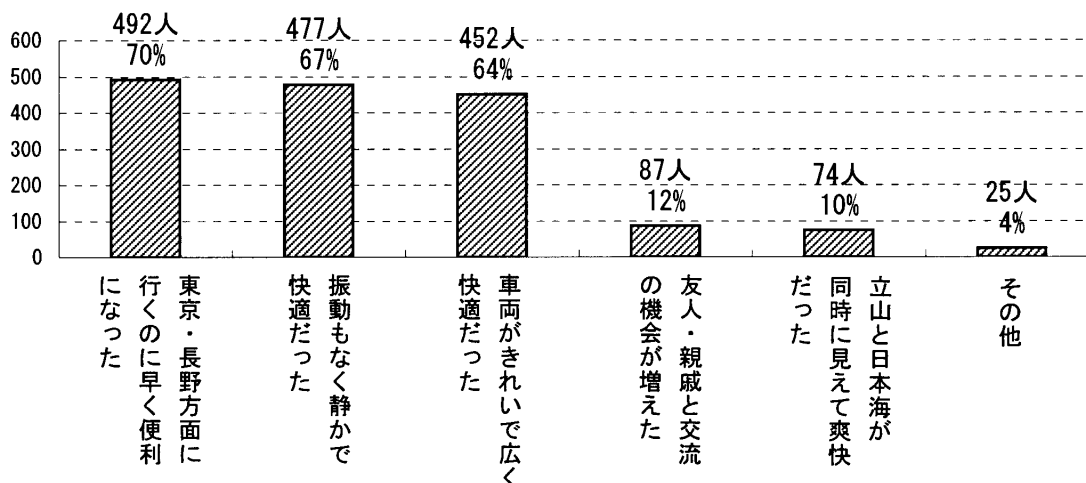
| 職業     | 人数     | 項 目        |            |            |         |
|--------|--------|------------|------------|------------|---------|
|        |        | 乗った        | 今年中に乗る予定   | 予定はない      | 無回答     |
| 給与生活者  | 847人   | 417<br>49% | 156<br>18% | 273<br>32% | 1<br>0% |
| 自営・自由業 | 72人    | 43<br>60%  | 10<br>14%  | 19<br>26%  | 0<br>0% |
| 家事従事者  | 129人   | 63<br>49%  | 20<br>16%  | 46<br>36%  | 0<br>0% |
| 学生     | 368人   | 88<br>24%  | 49<br>13%  | 230<br>62% | 1<br>0% |
| 無職     | 170人   | 67<br>39%  | 32<br>19%  | 70<br>41%  | 1<br>1% |
| その他    | 33人    | 17<br>52%  | 3<br>9%    | 12<br>36%  | 1<br>3% |
| 無回答    | 45人    | 12<br>27%  | 9<br>20%   | 20<br>44%  | 4<br>9% |
| 全体     | 1,664人 | 707<br>42% | 279<br>17% | 670<br>40% | 8<br>0% |

Q3. Q2で「乗った」と答えた人(707人)にお聞きします。北陸新幹線に乗って良かった点、良くなかった点についてお答えください。(いくつでも)

良かった点

(1)全体では

「東京方面への便利さ」は70%、車両が「静かで快適」67%、「きれいで広く快適」64%である。



(2)年代別では

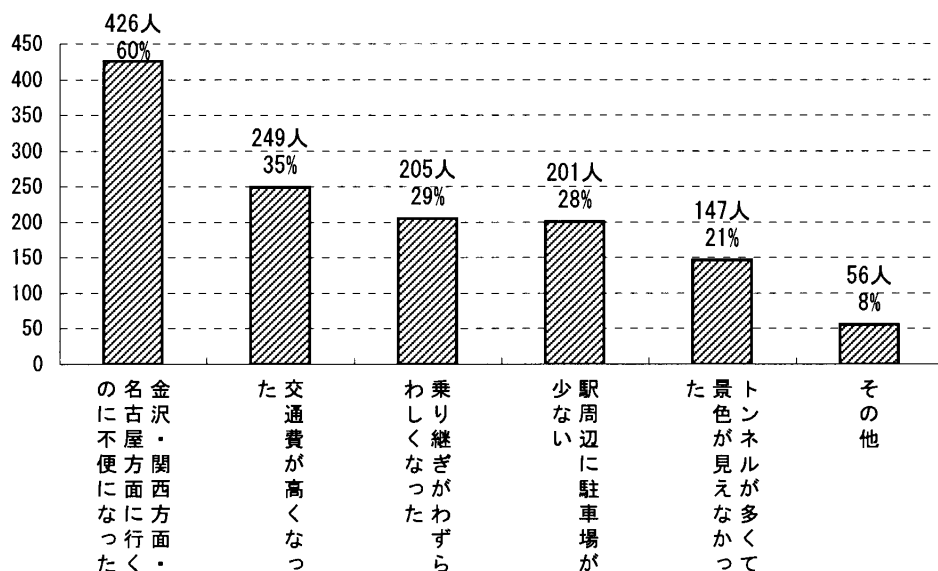
「東京・長野方面に行くのに便利になった」は、50代、60代が高い。「振動もなく、静かで快適」は、50代以上で高い。

| 年代    | 人数   | 項目                   |               |                |                 |                    |          |
|-------|------|----------------------|---------------|----------------|-----------------|--------------------|----------|
|       |      | 東京・長野方面に行くのに早く便利になった | 振動もなく静かで快適だった | 車両がきれいで広く快適だった | 友人・親戚と交流の機会が増えた | 立山と日本海が同時に見えて爽快だった | その他      |
| 20歳未満 | 61人  | 34<br>56%            | 38<br>62%     | 41<br>67%      | 11<br>18%       | 3<br>5%            | 2<br>3%  |
| 20代   | 107人 | 74<br>69%            | 70<br>65%     | 70<br>65%      | 15<br>14%       | 4<br>4%            | 5<br>5%  |
| 30代   | 81人  | 54<br>67%            | 53<br>65%     | 49<br>60%      | 3<br>4%         | 8<br>10%           | 2<br>2%  |
| 40代   | 138人 | 92<br>67%            | 81<br>59%     | 86<br>62%      | 9<br>7%         | 8<br>6%            | 8<br>6%  |
| 50代   | 124人 | 99<br>80%            | 88<br>71%     | 82<br>66%      | 17<br>14%       | 19<br>15%          | 5<br>4%  |
| 60代   | 123人 | 91<br>74%            | 96<br>78%     | 76<br>62%      | 19<br>15%       | 17<br>14%          | 3<br>2%  |
| 70歳以上 | 73人  | 48<br>66%            | 51<br>70%     | 48<br>66%      | 13<br>18%       | 15<br>21%          | 0<br>0%  |
| 全体    | 707人 | 492<br>70%           | 477<br>67%    | 452<br>64%     | 87<br>12%       | 74<br>10%          | 25<br>4% |

## 良くなかった点

### (1) 全体では

「関西・名古屋方面への不便」は60%、「交通費が高くなった」は35%、「乗り継ぎが煩わしい」は29%、「駅周辺に駐車場が少ない」は28%である。



### (2) 年代別では

「関西方面に行くのに不便になった」は、40代から60代で高い。「交通費が高くなった」は20代以下で高い。「乗り継ぎが煩わしかった」は、70代以上で高い。「駅周辺に駐車場が少ない」は、60代で高い。

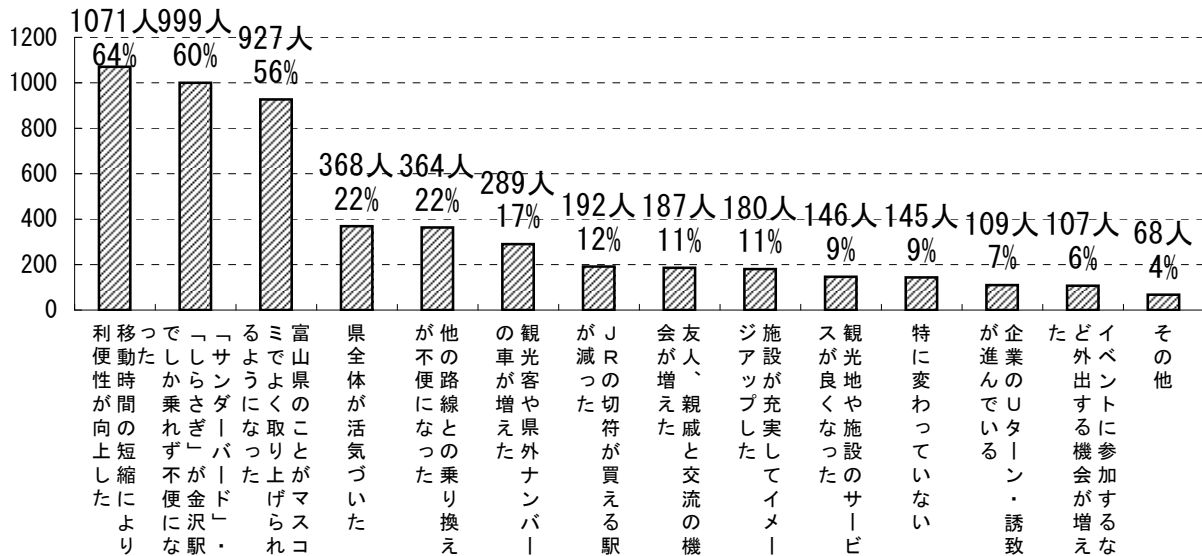
| 年代    | 人数   | 項 目                             |                     |                           |                   |                     |           |
|-------|------|---------------------------------|---------------------|---------------------------|-------------------|---------------------|-----------|
|       |      | の 名 金 沢 関 西 方 面 へ の 不 便 に な っ た | た 交 通 費 が 高 く な っ た | わ 乗 り 継 ぎ が 煩 わ し く な っ た | 少 駅 周 辺 に 駐 車 場 が | た 景 色 が 見 え な く っ て | そ の 他     |
| 20歳未満 | 61人  | 29<br>48%                       | 34<br>56%           | 16<br>26%                 | 14<br>23%         | 14<br>23%           | 7<br>11%  |
| 20代   | 107人 | 64<br>60%                       | 44<br>41%           | 26<br>24%                 | 22<br>21%         | 18<br>17%           | 7<br>7%   |
| 30代   | 81人  | 48<br>59%                       | 30<br>37%           | 23<br>28%                 | 21<br>26%         | 15<br>19%           | 7<br>9%   |
| 40代   | 138人 | 88<br>64%                       | 44<br>32%           | 36<br>26%                 | 34<br>25%         | 26<br>19%           | 8<br>6%   |
| 50代   | 124人 | 80<br>65%                       | 32<br>26%           | 36<br>29%                 | 35<br>28%         | 26<br>21%           | 13<br>10% |
| 60代   | 123人 | 76<br>62%                       | 39<br>32%           | 41<br>33%                 | 52<br>42%         | 29<br>24%           | 11<br>9%  |
| 70歳以上 | 73人  | 41<br>56%                       | 26<br>36%           | 27<br>37%                 | 23<br>32%         | 19<br>26%           | 3<br>4%   |
| 全体    | 707人 | 426<br>60%                      | 249<br>35%          | 205<br>29%                | 201<br>28%        | 147<br>21%          | 56<br>8%  |



## Q4. あなたは、北陸新幹線開業で何が変わったと思いますか。(5つまで)

### (1) 全体では

「移動時間の短縮により利便性が向上した」は64%、「サンダーバードなどの乗り継ぎが不便になった」は60%、「富山がマスコミでよく取り上げられるようになった」は56%である。



### (2) 年代別では

「移動時間の短縮で利便性が向上した」は、20代から60代で高い。「サンダーバード」が金沢駅でしか乗れず不便になった」「マスコミによく取り上げられるようになった」は、40代から60代で高い。「他の路線との乗換えが不便になった」は、50代以上で高い。

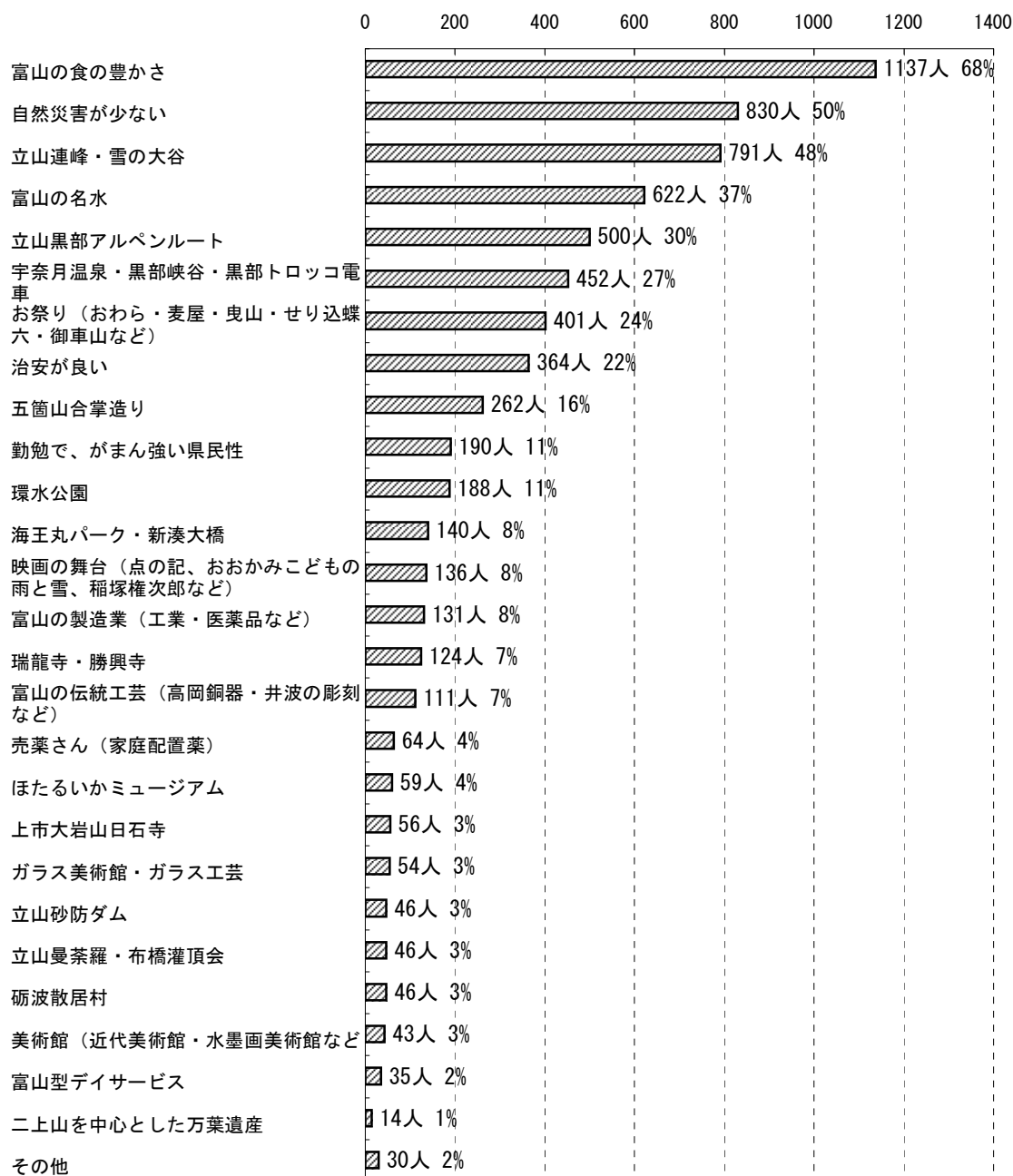
| 年代    | 人数     | 項目                 |                           |                             |            |                   |                  |                |                 |                  |                   |           |                   |                 |          |
|-------|--------|--------------------|---------------------------|-----------------------------|------------|-------------------|------------------|----------------|-----------------|------------------|-------------------|-----------|-------------------|-----------------|----------|
|       |        | 移動時間の短縮により利便性が向上した | 「サンダーバード」が金沢駅でしか乗れず不便になった | 富山県のことがマスコミでよく取り上げられるようになった | 県全体が活気づいた  | 他の路線との乗り換えが不便になった | 観光客や県外ナンバーの車が増えた | JRの切符が買える駅が減った | 友人、親戚と交流の機会が増えた | 施設が充実してイメージアップした | 観光地や施設のサービスが良くなった | 特に変わっていない | 企業のウタターン・誘致が進んでいる | イベントに参加する機会が増えた | その他      |
| 20歳未満 | 279人   | 142<br>51%         | 119<br>43%                | 135<br>48%                  | 59<br>21%  | 47<br>17%         | 36<br>13%        | 19<br>7%       | 28<br>10%       | 42<br>15%        | 31<br>11%         | 45<br>16% | 3<br>1%           | 20<br>7%        | 8<br>3%  |
| 20代   | 216人   | 150<br>69%         | 125<br>58%                | 111<br>51%                  | 43<br>20%  | 34<br>16%         | 20<br>9%         | 21<br>10%      | 25<br>12%       | 22<br>10%        | 27<br>12%         | 12<br>6%  | 10<br>5%          | 22<br>10%       | 8<br>4%  |
| 30代   | 190人   | 128<br>67%         | 114<br>60%                | 98<br>52%                   | 37<br>19%  | 35<br>18%         | 27<br>14%        | 15<br>8%       | 17<br>9%        | 21<br>11%        | 9<br>5%           | 15<br>8%  | 6<br>3%           | 13<br>7%        | 5<br>3%  |
| 40代   | 304人   | 211<br>69%         | 212<br>70%                | 180<br>59%                  | 64<br>21%  | 64<br>21%         | 47<br>15%        | 38<br>12%      | 27<br>9%        | 29<br>10%        | 21<br>7%          | 12<br>4%  | 19<br>6%          | 13<br>4%        | 15<br>5% |
| 50代   | 241人   | 178<br>74%         | 167<br>69%                | 149<br>62%                  | 56<br>23%  | 70<br>29%         | 50<br>21%        | 35<br>15%      | 24<br>10%       | 24<br>10%        | 16<br>7%          | 13<br>5%  | 23<br>10%         | 20<br>8%        | 14<br>6% |
| 60代   | 250人   | 165<br>66%         | 157<br>63%                | 155<br>62%                  | 60<br>24%  | 66<br>26%         | 55<br>22%        | 38<br>15%      | 37<br>15%       | 23<br>9%         | 25<br>10%         | 25<br>10% | 26<br>10%         | 12<br>5%        | 15<br>6% |
| 70歳以上 | 177人   | 95<br>54%          | 103<br>58%                | 99<br>56%                   | 49<br>28%  | 46<br>26%         | 54<br>31%        | 26<br>15%      | 29<br>16%       | 19<br>11%        | 17<br>10%         | 22<br>12% | 21<br>12%         | 7<br>4%         | 2<br>1%  |
| 無回答   | 7人     | 2<br>29%           | 2<br>29%                  | 0<br>0%                     | 0<br>0%    | 2<br>29%          | 0<br>0%          | 0<br>0%        | 0<br>0%         | 0<br>0%          | 0<br>0%           | 1<br>14%  | 1<br>14%          | 0<br>0%         | 1<br>14% |
| 全体    | 1,664人 | 1,071<br>64%       | 999<br>60%                | 927<br>56%                  | 368<br>22% | 364<br>22%        | 289<br>17%       | 192<br>12%     | 187<br>11%      | 180<br>11%       | 146<br>9%         | 145<br>9% | 109<br>7%         | 107<br>6%       | 68<br>4% |

## 2. とやまの魅力、再発見

Q5. あなたが富山県外の人に特にアピールしたいことは何ですか。(5つまで)

### (1) 全体では

「食の豊かさ」は68%、「自然災害が少ない」は50%、「立山連峰」は48%である。更に「富山の名水」「立山黒部アルペンルート」など自然に関すること、「お祭り」や「治安が良い」など伝統的な文化や地域性が選ばれている。



## (2)年代別、男女別では

「富山の食の豊かさ」は、30代以上で70%を超える。「自然災害が少ない」は、60代以上で高い。「立山連峰」は、30代以上で高く、「富山の名水」「治安が良い」は、20代以下で高い。男女別では、「我慢強い県民性」や「富山の製造業」、「富山の伝統工芸」は、男性が高く、「自然災害が少ない」「治安が良い」は、女性が高い。「立山連峰・雪の大谷」「環水公園」なども女性が高い。

|         |       | 項 目      |              |            |            |             |                     |                   |            |            |              |            |             |                                        |                  |           |
|---------|-------|----------|--------------|------------|------------|-------------|---------------------|-------------------|------------|------------|--------------|------------|-------------|----------------------------------------|------------------|-----------|
| 年代別／男女別 | 人数    | 富山の食の豊かさ | 自然災害が少ない     | 立山連峰・雪の大谷  | 富山の名水      | 立山黒部アルペンルート | 宇奈月温泉・黒部峡谷・黒部トラツコ電車 | 山（お祭り・せり込蝶六・御車など） | 治安が良い      | 五箇山合掌造り    | 性勤勉で、がまん強い県民 | 環水公園       | 海王丸パーク・新湊大橋 | 稲塚権次郎など（おのみこともの雨と雪、おのみこ舞台（点の記、おのみこ舞台）） | 富山の製造業（工業・医薬品など） |           |
| 年代別     | 20歳未満 | 279人     | 159<br>57%   | 116<br>42% | 101<br>36% | 119<br>43%  | 27<br>10%           | 53<br>19%         | 62<br>22%  | 74<br>27%  | 53<br>19%    | 12<br>4%   | 59<br>21%   | 26<br>9%                               | 38<br>14%        | 9<br>3%   |
|         | 20代   | 216人     | 138<br>64%   | 104<br>48% | 95<br>44%  | 94<br>44%   | 39<br>18%           | 39<br>18%         | 52<br>24%  | 66<br>31%  | 27<br>12%    | 6<br>3%    | 43<br>20%   | 21<br>10%                              | 28<br>13%        | 7<br>3%   |
|         | 30代   | 190人     | 133<br>70%   | 85<br>45%  | 104<br>55% | 60<br>32%   | 61<br>32%           | 45<br>24%         | 42<br>22%  | 39<br>21%  | 24<br>13%    | 17<br>9%   | 14<br>7%    | 17<br>9%                               | 13<br>7%         | 16<br>8%  |
|         | 40代   | 304人     | 216<br>71%   | 134<br>44% | 165<br>54% | 94<br>31%   | 113<br>37%          | 105<br>35%        | 83<br>27%  | 55<br>18%  | 57<br>19%    | 24<br>8%   | 32<br>11%   | 15<br>5%                               | 23<br>8%         | 25<br>8%  |
|         | 50代   | 241人     | 181<br>75%   | 117<br>49% | 111<br>46% | 84<br>35%   | 92<br>38%           | 69<br>29%         | 55<br>23%  | 38<br>16%  | 41<br>17%    | 27<br>11%  | 25<br>10%   | 19<br>8%                               | 15<br>6%         | 23<br>10% |
|         | 60代   | 250人     | 181<br>72%   | 152<br>61% | 121<br>48% | 98<br>39%   | 99<br>40%           | 70<br>28%         | 63<br>25%  | 45<br>18%  | 30<br>12%    | 52<br>21%  | 9<br>4%     | 18<br>7%                               | 9<br>4%          | 26<br>10% |
|         | 70歳以上 | 177人     | 126<br>71%   | 121<br>68% | 92<br>52%  | 71<br>40%   | 68<br>38%           | 70<br>40%         | 43<br>24%  | 47<br>27%  | 30<br>17%    | 52<br>29%  | 6<br>3%     | 24<br>14%                              | 10<br>6%         | 25<br>14% |
|         | 無回答   | 7人       | 3<br>43%     | 1<br>14%   | 2<br>29%   | 2<br>29%    | 1<br>14%            | 1<br>14%          | 1<br>14%   | 0<br>0%    | 0<br>0%      | 0<br>0%    | 0<br>0%     | 0<br>0%                                | 0<br>0%          | 0<br>0%   |
| 男女別     | 男     | 627人     | 432<br>69%   | 290<br>46% | 265<br>42% | 206<br>33%  | 191<br>30%          | 170<br>27%        | 148<br>24% | 119<br>19% | 96<br>15%    | 83<br>13%  | 52<br>8%    | 47<br>7%                               | 42<br>7%         | 68<br>11% |
|         | 女     | 1,022人   | 703<br>69%   | 539<br>53% | 520<br>51% | 412<br>40%  | 301<br>29%          | 278<br>27%        | 247<br>24% | 244<br>24% | 164<br>16%   | 105<br>10% | 135<br>13%  | 91<br>9%                               | 93<br>9%         | 63<br>6%  |
|         | 無回答   | 15人      | 2<br>13%     | 1<br>7%    | 6<br>40%   | 4<br>27%    | 8<br>53%            | 4<br>27%          | 6<br>40%   | 1<br>7%    | 2<br>13%     | 2<br>13%   | 1<br>7%     | 2<br>13%                               | 1<br>7%          | 0<br>0%   |
|         | 全体    | 1,664人   | 1,137<br>68% | 830<br>50% | 791<br>48% | 622<br>37%  | 500<br>30%          | 452<br>27%        | 401<br>24% | 364<br>22% | 262<br>16%   | 190<br>11% | 188<br>11%  | 140<br>8%                              | 136<br>8%        | 131<br>8% |

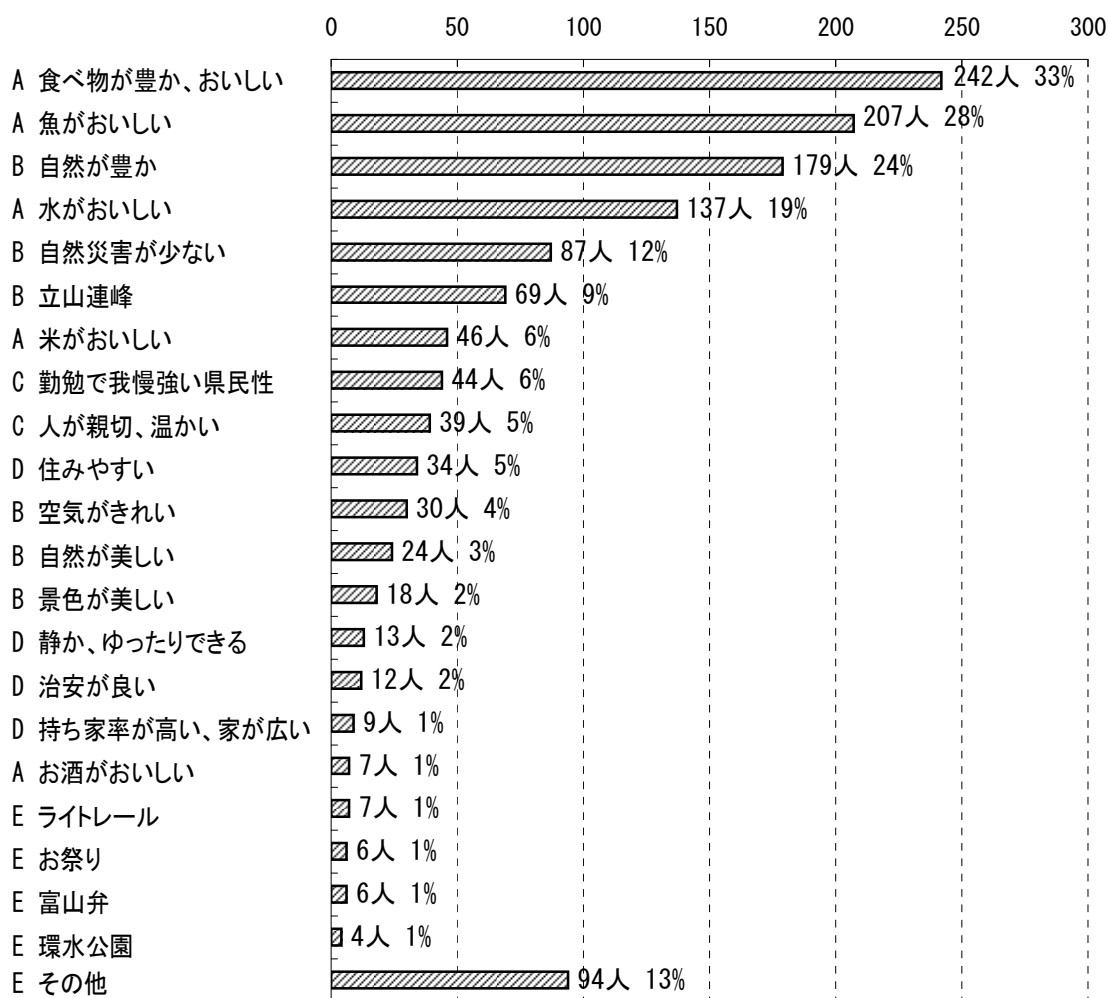
| 年代別／男女別 | 人数    | 項 目       |                       |             |             |          |              |          |             |          |                  |           |               |          |
|---------|-------|-----------|-----------------------|-------------|-------------|----------|--------------|----------|-------------|----------|------------------|-----------|---------------|----------|
|         |       | 瑞龍寺・勝興寺   | 富山の伝統工芸（高岡銅器・井波の彫刻など） | 売薬さん（家庭配置業） | ほたるいかミュージアム | 上市大岩山日石寺 | ガラス美術館・ガラス工芸 | 立山砂防ダム   | 立山曼荼羅・布橋灌頂会 | 砺波散居村    | 墨田美術館など（近代美術館・水） | 富山型デイサービス | 二上山を中心とした万葉遺産 | その他      |
| 年代別     | 20歳未満 | 8<br>3%   | 10<br>4%              | 16<br>6%    | 28<br>10%   | 3<br>1%  | 9<br>3%      | 10<br>4% | 6<br>2%     | 6<br>2%  | 2<br>1%          | 5<br>2%   | 0<br>0%       | 8<br>3%  |
|         | 20代   | 8<br>4%   | 14<br>6%              | 4<br>2%     | 6<br>3%     | 5<br>2%  | 8<br>4%      | 2<br>1%  | 3<br>1%     | 4<br>2%  | 3<br>1%          | 8<br>4%   | 1<br>0%       | 0<br>0%  |
|         | 30代   | 11<br>6%  | 10<br>5%              | 4<br>2%     | 3<br>2%     | 7<br>4%  | 7<br>4%      | 2<br>1%  | 4<br>2%     | 3<br>2%  | 2<br>1%          | 1<br>1%   | 2<br>1%       | 3<br>2%  |
|         | 40代   | 17<br>6%  | 18<br>6%              | 14<br>5%    | 7<br>2%     | 13<br>4% | 9<br>3%      | 1<br>0%  | 6<br>2%     | 5<br>2%  | 6<br>2%          | 8<br>3%   | 4<br>1%       | 7<br>2%  |
|         | 50代   | 23<br>10% | 23<br>10%             | 11<br>5%    | 6<br>2%     | 7<br>3%  | 7<br>3%      | 6<br>2%  | 6<br>2%     | 8<br>3%  | 7<br>3%          | 2<br>1%   | 5<br>2%       | 6<br>2%  |
|         | 60代   | 35<br>14% | 23<br>9%              | 8<br>3%     | 3<br>1%     | 6<br>2%  | 9<br>4%      | 14<br>6% | 10<br>4%    | 15<br>6% | 10<br>4%         | 5<br>2%   | 1<br>0%       | 5<br>2%  |
|         | 70歳以上 | 21<br>12% | 13<br>7%              | 7<br>4%     | 6<br>3%     | 15<br>8% | 4<br>2%      | 11<br>6% | 11<br>6%    | 5<br>3%  | 13<br>7%         | 6<br>3%   | 1<br>1%       | 1<br>1%  |
|         | 無回答   | 1<br>14%  | 0<br>0%               | 0<br>0%     | 0<br>0%     | 0<br>0%  | 1<br>14%     | 0<br>0%  | 0<br>0%     | 0<br>0%  | 0<br>0%          | 0<br>0%   | 0<br>0%       | 0<br>0%  |
| 男女別     | 男     | 45<br>7%  | 53<br>8%              | 24<br>4%    | 14<br>2%    | 18<br>3% | 19<br>3%     | 20<br>3% | 9<br>1%     | 18<br>3% | 12<br>2%         | 8<br>1%   | 9<br>1%       | 14<br>2% |
|         | 女     | 77<br>8%  | 58<br>6%              | 40<br>4%    | 45<br>4%    | 38<br>4% | 35<br>3%     | 26<br>3% | 37<br>4%    | 28<br>3% | 30<br>3%         | 27<br>3%  | 4<br>0%       | 16<br>2% |
|         | 無回答   | 2<br>13%  | 0<br>0%               | 0<br>0%     | 0<br>0%     | 0<br>0%  | 0<br>0%      | 0<br>0%  | 0<br>0%     | 0<br>0%  | 1<br>7%          | 0<br>0%   | 1<br>7%       | 0<br>0%  |
|         | 全体    | 124<br>7% | 111<br>7%             | 64<br>4%    | 59<br>4%    | 56<br>3% | 54<br>3%     | 46<br>3% | 46<br>3%    | 46<br>3% | 43<br>3%         | 35<br>2%  | 14<br>1%      | 30<br>2% |

Q6. あなたが富山県外の人にいわれた、富山の良いところや良くないところは何か。(自由回答)

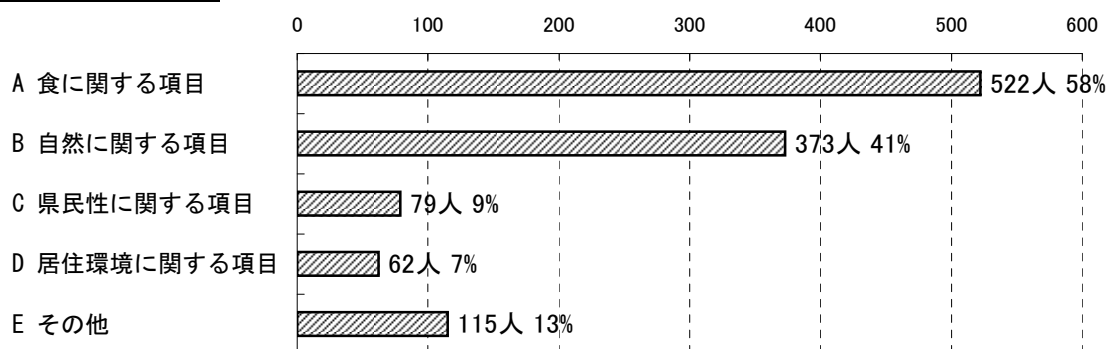
良いところ [ 回答者数899人(54%) ]

### (1)全体では

「食べ物が豊か」「魚がおいしい」など食に関する項目が58%である。「自然が豊か」「自然災害が少ない」「立山連峰」など自然に関する項目が41%である。(重複を除く。)



### 項目分類別まとめ

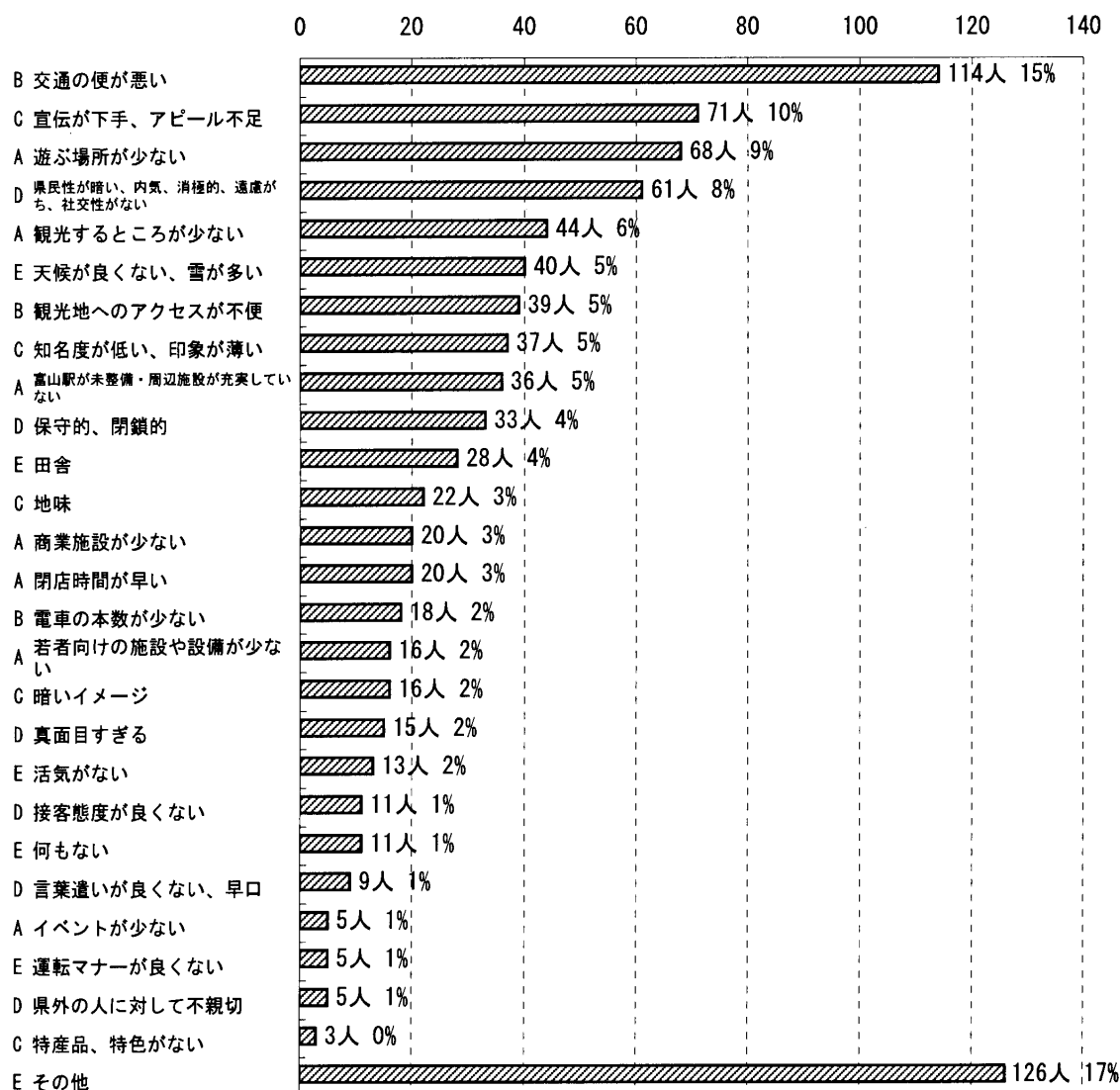


## 良くないところ

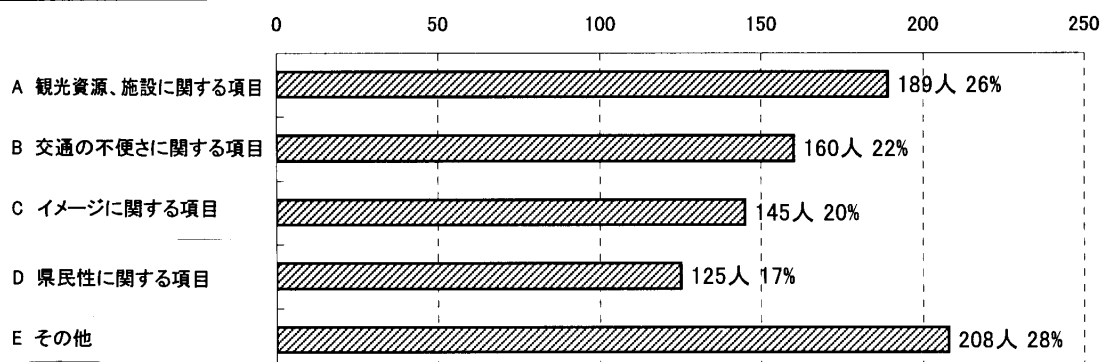
[ 回答者数739人(44%) ]

### (1)全体では

「遊ぶ場所が少ない」「観光するところが少ない」など観光資源、施設に関する項目については26%である。「交通の便が悪い」「観光地へのアクセスが不便」など交通の不便さに関する項目については22%である。「県民性が内気」「保守的、閉鎖的」など県民性に関する項目は17%である。(重複を除く。)



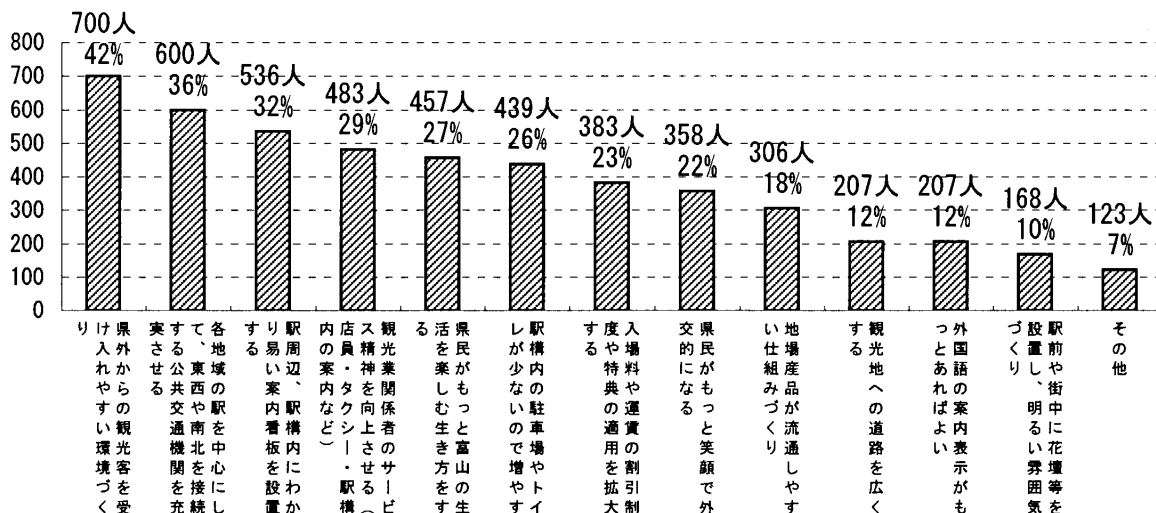
### 項目分類別まとめ



# Q7. 富山は「ここが変わればもっと良くなる」と思うことは何ですか。(5つまで)

## (1)全体では

「観光客を受け入れやすい環境づくり」は42%であり、「公共交通機関の充実」は36%である。「わかりやすい案内板の設置」は32%である。



## (2)年代別では

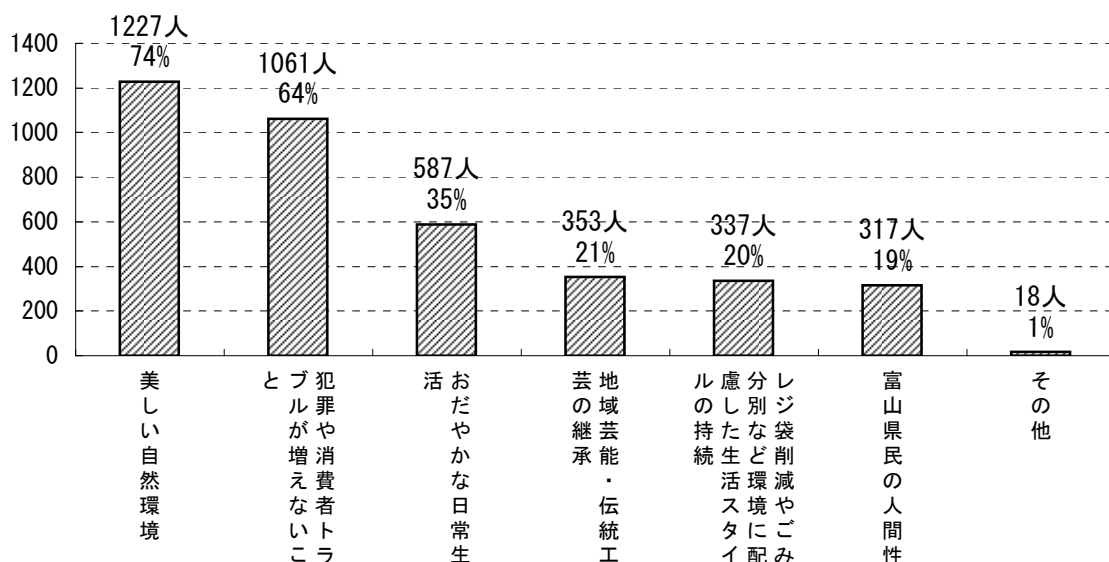
「観光客を受け入れやすい環境づくり」は、30代から50代が高い。「公共交通機関の充実」は、40代以上で高い。「案内板の設置」は、50代以上で高い。「生活を楽しむ」は、50代60代で高い。「駐車場やトイレを増やす」は、60代以上で高い。地場産品が流通しやすい仕組みづくりは、60代以上で高く、20代以下で低い。「県民がもっと笑顔で外交的に」は50代、70歳以上で高い。

| 年代    | 人数     | 項目               |            |            |                                 |                   |                 |                      |               |                   |            |                   |                          |           |
|-------|--------|------------------|------------|------------|---------------------------------|-------------------|-----------------|----------------------|---------------|-------------------|------------|-------------------|--------------------------|-----------|
|       |        | 観光客を受け入れやすい環境づくり | 公共交通機関の充実  | 案内板の設置     | 観光業関係者のサービス向上(案内・タクシー・駅構内の案内など) | 生活を楽しむ富山の魅力を向上させる | 駅構内の駐車場やトイレを増やす | 入場料や運賃の割引制度や特典の適用を拡大 | 県民がもっと笑顔で外交的に | 地場産品が流通しやすい仕組みづくり | 観光地への道路を広く | 外国語の案内表示がもっとあればよい | 駅前や街中に花壇等を設置し、明るい雰囲気をつくり | その他       |
| 20歳未満 | 279人   | 104<br>37%       | 78<br>28%  | 55<br>20%  | 65<br>23%                       | 49<br>18%         | 61<br>22%       | 76<br>27%            | 52<br>19%     | 32<br>11%         | 30<br>11%  | 38<br>14%         | 45<br>16%                | 22<br>8%  |
| 20代   | 216人   | 85<br>39%        | 83<br>38%  | 46<br>21%  | 63<br>29%                       | 48<br>22%         | 39<br>18%       | 44<br>20%            | 46<br>21%     | 23<br>11%         | 33<br>15%  | 29<br>13%         | 15<br>7%                 | 16<br>7%  |
| 30代   | 190人   | 86<br>45%        | 53<br>28%  | 64<br>34%  | 56<br>29%                       | 33<br>17%         | 36<br>19%       | 43<br>23%            | 39<br>21%     | 39<br>21%         | 21<br>11%  | 23<br>12%         | 10<br>5%                 | 16<br>8%  |
| 40代   | 304人   | 147<br>48%       | 120<br>39% | 83<br>27%  | 91<br>30%                       | 82<br>27%         | 63<br>21%       | 62<br>20%            | 49<br>16%     | 54<br>18%         | 33<br>11%  | 26<br>9%          | 30<br>10%                | 28<br>9%  |
| 50代   | 241人   | 106<br>44%       | 98<br>41%  | 96<br>40%  | 73<br>30%                       | 83<br>34%         | 67<br>28%       | 54<br>22%            | 65<br>27%     | 43<br>18%         | 34<br>14%  | 33<br>14%         | 24<br>10%                | 18<br>7%  |
| 60代   | 250人   | 97<br>39%        | 96<br>38%  | 107<br>43% | 82<br>33%                       | 103<br>41%        | 91<br>36%       | 67<br>27%            | 59<br>24%     | 65<br>26%         | 29<br>12%  | 33<br>13%         | 25<br>10%                | 15<br>6%  |
| 70歳以上 | 177人   | 75<br>42%        | 70<br>40%  | 85<br>48%  | 52<br>29%                       | 59<br>33%         | 80<br>45%       | 36<br>20%            | 47<br>27%     | 50<br>28%         | 27<br>15%  | 25<br>14%         | 19<br>11%                | 7<br>4%   |
| 無回答   | 7人     | 0<br>0%          | 2<br>29%   | 0<br>0%    | 1<br>14%                        | 0<br>0%           | 2<br>29%        | 1<br>14%             | 1<br>14%      | 0<br>0%           | 0<br>0%    | 0<br>0%           | 0<br>0%                  | 1<br>14%  |
| 全体    | 1,664人 | 700<br>42%       | 600<br>36% | 536<br>32% | 483<br>29%                      | 457<br>27%        | 439<br>26%      | 383<br>23%           | 358<br>22%    | 306<br>18%        | 207<br>12% | 207<br>12%        | 168<br>10%               | 123<br>7% |

Q8. 北陸新幹線が開業しても、変わってほしくないと思うことは何ですか。(3つまで)

(1)全体では

「美しい自然環境」は74%、「犯罪や消費者トラブルが増えないこと」は64%、「おだやかな日常生活」は35%である。



(2)年代別では

「美しい自然環境」は、40代以上で高い。「犯罪や消費者トラブルが増えない」は年代間の差がなく、意識は高い。「おだやかな日常生活」は、20代以下で高い。「地域芸能、伝統工芸の継承」は、年代が上がるにつれて、高くなっている。「レジ袋」は、70歳以上が高い。

| 年代    | 人数     | 項目           |                   |            |              |                |            |          |
|-------|--------|--------------|-------------------|------------|--------------|----------------|------------|----------|
|       |        | 美しい自然環境      | 犯罪や消費者トラブルが増えないこと | おだやかな日常生活  | 地域芸能・伝統工芸の継承 | 分別など生活環境に配慮の持続 | レジ袋削減やごみ   | 富山県民の人間性 |
| 20歳未満 | 279人   | 178<br>64%   | 175<br>63%        | 110<br>39% | 43<br>15%    | 41<br>15%      | 51<br>18%  | 4<br>1%  |
| 20代   | 216人   | 154<br>71%   | 132<br>61%        | 93<br>43%  | 39<br>18%    | 38<br>18%      | 40<br>19%  | 1<br>0%  |
| 30代   | 190人   | 130<br>68%   | 117<br>62%        | 69<br>36%  | 35<br>18%    | 27<br>14%      | 36<br>19%  | 0<br>0%  |
| 40代   | 304人   | 239<br>79%   | 196<br>64%        | 99<br>33%  | 60<br>20%    | 37<br>12%      | 44<br>14%  | 4<br>1%  |
| 50代   | 241人   | 193<br>80%   | 168<br>70%        | 81<br>34%  | 55<br>23%    | 63<br>26%      | 45<br>19%  | 5<br>2%  |
| 60代   | 250人   | 194<br>78%   | 158<br>63%        | 79<br>32%  | 69<br>28%    | 64<br>26%      | 54<br>22%  | 3<br>1%  |
| 70歳以上 | 177人   | 136<br>77%   | 114<br>64%        | 54<br>31%  | 52<br>29%    | 67<br>38%      | 46<br>26%  | 1<br>1%  |
| 無回答   | 7人     | 3<br>43%     | 1<br>14%          | 2<br>29%   | 0<br>0%      | 0<br>0%        | 1<br>14%   | 0<br>0%  |
| 全体    | 1,664人 | 1,227<br>74% | 1,061<br>64%      | 587<br>35% | 353<br>21%   | 337<br>20%     | 317<br>19% | 18<br>1% |

### (3) 男女別では

「犯罪や消費者トラブルが増えないこと」「おだやかな日常生活」「環境に配慮した生活スタイル」など日常生活に係る項目は、女性が高く、「富山県民の人間性」は、男性が高い。

| 男女別 | 人数     | 項 目          |              |            |            |                     |            |          |
|-----|--------|--------------|--------------|------------|------------|---------------------|------------|----------|
|     |        | 美しい自然環境      | とブル犯罪が増えないこと | 活おだやかな日常生活 | 芸地の継承・伝統工  | ル慮分レジのしたなど生活スタイルに配慮 | 富山県民の人間性   | その他      |
| 男   | 627人   | 462<br>74%   | 381<br>61%   | 201<br>32% | 130<br>21% | 96<br>15%           | 142<br>23% | 7<br>1%  |
| 女   | 1,022人 | 757<br>74%   | 677<br>66%   | 381<br>37% | 218<br>21% | 237<br>23%          | 170<br>17% | 11<br>1% |
| 無回答 | 15人    | 8<br>53%     | 3<br>20%     | 5<br>33%   | 5<br>33%   | 4<br>27%            | 5<br>33%   | 0<br>0%  |
| 全体  | 1,664人 | 1,227<br>74% | 1,061<br>64% | 587<br>35% | 353<br>21% | 337<br>20%          | 317<br>19% | 18<br>1% |

### (4) 職業別では

「おだやかな日常生活」は、学生が高い。「環境に配慮した生活スタイル」は、家事従事者と無職が高く、「富山県民の人間性」は、自由業と無職が高い。

| 職業     | 人数     | 項 目          |              |            |            |                     |            |          |
|--------|--------|--------------|--------------|------------|------------|---------------------|------------|----------|
|        |        | 美しい自然環境      | とブル犯罪が増えないこと | 活おだやかな日常生活 | 芸地の継承・伝統工  | ル慮分レジのしたなど生活スタイルに配慮 | 富山県民の人間性   | その他      |
| 給与生活者  | 847人   | 654<br>77%   | 556<br>66%   | 291<br>34% | 159<br>19% | 147<br>17%          | 152<br>18% | 10<br>1% |
| 自営・自由業 | 72人    | 56<br>78%    | 46<br>64%    | 24<br>33%  | 20<br>28%  | 13<br>18%           | 18<br>25%  | 0<br>0%  |
| 家事従事者  | 129人   | 96<br>74%    | 85<br>66%    | 45<br>35%  | 32<br>25%  | 41<br>32%           | 20<br>16%  | 1<br>1%  |
| 学生     | 368人   | 237<br>64%   | 226<br>61%   | 149<br>40% | 63<br>17%  | 62<br>17%           | 65<br>18%  | 5<br>1%  |
| 無職     | 170人   | 126<br>74%   | 107<br>63%   | 51<br>30%  | 54<br>32%  | 56<br>33%           | 45<br>26%  | 1<br>1%  |
| その他    | 33人    | 28<br>85%    | 19<br>58%    | 10<br>30%  | 10<br>30%  | 11<br>33%           | 6<br>18%   | 1<br>3%  |
| 無回答    | 45人    | 30<br>67%    | 22<br>49%    | 17<br>38%  | 15<br>33%  | 7<br>16%            | 11<br>24%  | 0<br>0%  |
| 全体     | 1,664人 | 1,227<br>74% | 1,061<br>64% | 587<br>35% | 353<br>21% | 337<br>20%          | 317<br>19% | 18<br>1% |

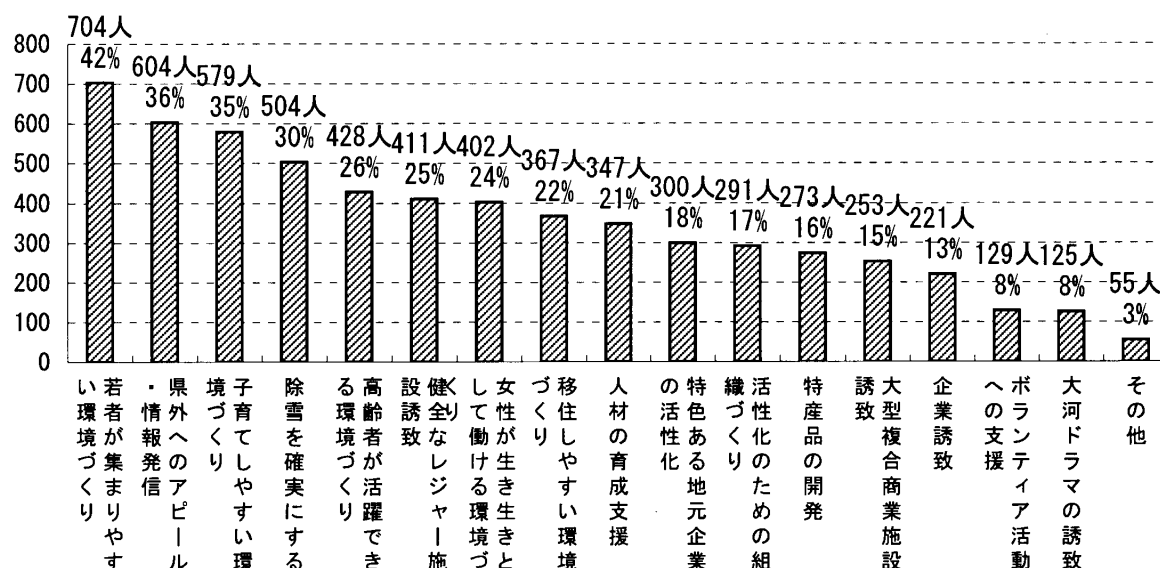


### 3. とやまを活性化するために

Q9. とやまの活性化のために、行政や社会に望むことは何ですか。(5つまで)

#### (1) 全体では

「若者が集まりやすい環境づくり」は42%、「県外へのアピール・情報発信」は36%、「子育てしやすい環境づくり」は35%である。



#### (2) 年代別では

「若者が集まりやすい環境づくり」は、20代が高い。「県外へのアピール」は、40代以上が高い。「子育てしやすい環境づくり」は、30代、50代、60代が高い。「除雪を確実に」は、20代、30代が高く、「高齢者が活躍できる環境づくり」は、60代以上で高い。「健全なレジャー施設誘致」は、30代、40代で高い。「女性が生き生きと働ける環境づくり」は、60代で高い。

| 年代    | 人数     | 項 目        |               |               |              |            |                |            |            |                  |             |            |            |              |              |           |            |          |              |
|-------|--------|------------|---------------|---------------|--------------|------------|----------------|------------|------------|------------------|-------------|------------|------------|--------------|--------------|-----------|------------|----------|--------------|
|       |        | 環境づくり      | 若者が集まりやすい情報発信 | 県外へのアピール・情報発信 | 子育てしやすい環境づくり | 除雪を確実にする   | 高齢者が活躍できる環境づくり | 誘致         | 健全なレジャー施設  | 女性が生き生きと働ける環境づくり | 移住しやすい環境づくり | 人材の育成支援    | 活性化        | 特色ある地元企業の活性化 | 活性化のための組織づくり | 特産品の開発    | 大型複合商業施設誘致 | 企業誘致     | ボランティア活動への支援 |
| 20歳未満 | 279人   | 121<br>43% | 76<br>27%     | 73<br>26%     | 86<br>31%    | 47<br>17%  | 77<br>28%      | 56<br>20%  | 48<br>17%  | 38<br>14%        | 25<br>9%    | 48<br>17%  | 53<br>19%  | 53<br>19%    | 6<br>2%      | 26<br>9%  | 23<br>8%   | 9<br>3%  |              |
| 20代   | 216人   | 108<br>50% | 70<br>32%     | 59<br>27%     | 80<br>37%    | 25<br>12%  | 53<br>25%      | 45<br>21%  | 36<br>17%  | 35<br>16%        | 24<br>11%   | 36<br>17%  | 37<br>17%  | 40<br>19%    | 21<br>10%    | 8<br>4%   | 23<br>11%  | 7<br>3%  |              |
| 30代   | 190人   | 65<br>34%  | 69<br>36%     | 100<br>53%    | 68<br>36%    | 28<br>15%  | 63<br>33%      | 50<br>26%  | 33<br>17%  | 33<br>17%        | 26<br>14%   | 32<br>17%  | 26<br>14%  | 50<br>26%    | 22<br>12%    | 6<br>3%   | 17<br>9%   | 9<br>5%  |              |
| 40代   | 304人   | 126<br>41% | 132<br>43%    | 95<br>31%     | 75<br>25%    | 66<br>22%  | 108<br>36%     | 69<br>23%  | 76<br>25%  | 61<br>20%        | 66<br>22%   | 56<br>18%  | 46<br>15%  | 59<br>19%    | 47<br>15%    | 10<br>3%  | 20<br>7%   | 14<br>5% |              |
| 50代   | 241人   | 102<br>42% | 92<br>38%     | 94<br>39%     | 69<br>29%    | 77<br>32%  | 49<br>20%      | 60<br>25%  | 60<br>25%  | 60<br>25%        | 58<br>24%   | 49<br>20%  | 28<br>12%  | 19<br>8%     | 40<br>17%    | 14<br>6%  | 13<br>5%   | 9<br>4%  |              |
| 60代   | 250人   | 108<br>43% | 96<br>38%     | 98<br>39%     | 65<br>26%    | 101<br>40% | 32<br>13%      | 82<br>33%  | 73<br>29%  | 69<br>28%        | 59<br>24%   | 39<br>16%  | 38<br>15%  | 19<br>8%     | 52<br>21%    | 34<br>14% | 11<br>4%   | 6<br>2%  |              |
| 70歳以上 | 177人   | 73<br>41%  | 69<br>39%     | 60<br>34%     | 58<br>33%    | 82<br>46%  | 28<br>16%      | 39<br>22%  | 41<br>23%  | 51<br>29%        | 41<br>23%   | 31<br>18%  | 44<br>25%  | 13<br>7%     | 32<br>18%    | 31<br>18% | 18<br>10%  | 1<br>1%  |              |
| 無回答   | 7人     | 1<br>14%   | 0<br>0%       | 0<br>0%       | 3<br>43%     | 2<br>29%   | 4<br>14%       | 1<br>14%   | 0<br>0%    | 0<br>0%          | 1<br>14%    | 0<br>0%    | 1<br>14%   | 0<br>0%      | 1<br>14%     | 0<br>0%   | 0<br>0%    | 0<br>0%  |              |
| 全体    | 1,664人 | 704<br>42% | 604<br>36%    | 579<br>35%    | 504<br>30%   | 428<br>26% | 411<br>25%     | 402<br>24% | 367<br>22% | 347<br>21%       | 300<br>18%  | 291<br>17% | 273<br>16% | 253<br>15%   | 221<br>13%   | 129<br>8% | 125<br>8%  | 55<br>3% |              |

### (3) 男女別では

「もっとも差が大きいのは、「女性が生き生きとして働ける環境づくり」で、女性30%に対し、男性は15%である。「子育てしやすい環境づくり」「除雪を確実に」も女性が高い。「健全なレジャー施設」「大型複合商業施設」「企業誘致」の項目で男性が高い。

| 男女別 | 人数     | 項 目        |            |            |            |            |            |            |            |            |            |                    |             |            |            |              |              |          |            |      |              |
|-----|--------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|--------------------|-------------|------------|------------|--------------|--------------|----------|------------|------|--------------|
|     |        | 環境づくり      | 若者が集まりやすい  | 情報発信       | 県外へのアピール・  | 子育てしやすい環境  | 除雪を確実にする   | 環境づくり      | 高齢者が活躍できる  | 健全なレジャー施設  | 誘致         | 女性が生き生きとして働ける環境づくり | 移住しやすい環境づくり | 人材の育成支援    | 活性化        | 特色ある地元企業の活性化 | 活性化のための組織づくり | 特産品の開発   | 大型複合商業施設誘致 | 企業誘致 | ボランティア活動への支援 |
| 男   | 627人   | 278<br>44% | 234<br>37% | 200<br>32% | 168<br>27% | 151<br>24% | 169<br>27% | 93<br>15%  | 150<br>24% | 125<br>20% | 128<br>20% | 117<br>19%         | 89<br>14%   | 111<br>18% | 109<br>17% | 44<br>7%     | 55<br>9%     | 28<br>4% |            |      |              |
| 女   | 1,022人 | 422<br>41% | 368<br>36% | 375<br>37% | 333<br>33% | 274<br>27% | 240<br>23% | 303<br>30% | 211<br>21% | 219<br>21% | 171<br>17% | 172<br>17%         | 179<br>18%  | 140<br>14% | 112<br>11% | 82<br>8%     | 70<br>7%     | 27<br>3% |            |      |              |
| 無回答 | 15人    | 4<br>27%   | 2<br>13%   | 4<br>27%   | 3<br>20%   | 3<br>20%   | 2<br>13%   | 6<br>40%   | 6<br>40%   | 3<br>20%   | 1<br>7%    | 2<br>13%           | 5<br>33%    | 2<br>13%   | 0<br>0%    | 3<br>20%     | 0<br>0%      | 0<br>0%  |            |      |              |
| 全体  | 1,664人 | 704<br>42% | 604<br>36% | 579<br>35% | 504<br>30% | 428<br>26% | 411<br>25% | 402<br>24% | 367<br>22% | 347<br>21% | 300<br>18% | 291<br>17%         | 273<br>16%  | 253<br>15% | 221<br>13% | 129<br>8%    | 125<br>8%    | 55<br>3% |            |      |              |

### (4) 職業別では

給与生活者は、「若者が集まりやすい環境づくり」「県外へのアピール」「子育てしやすい環境づくり」が高く、学生は、「若者が集まりやすい環境づくり」や「除雪を確実に」が高い。

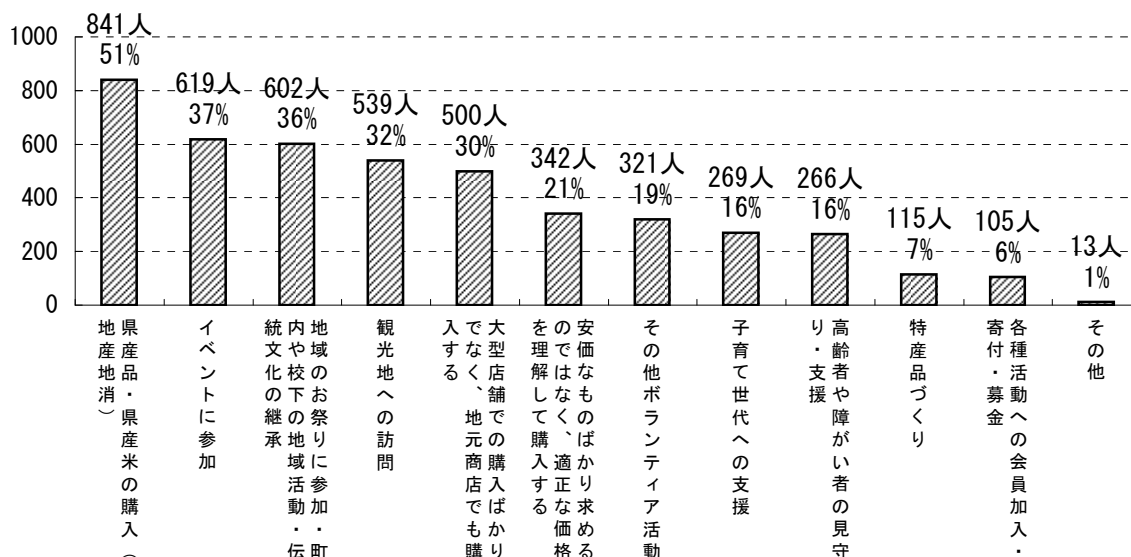
一方、「高齢者が活躍できる環境づくり」は、自営業や、無職が高い。

| 職業         | 人数     | 項 目                      |                              |                       |                  |            |                   |                   |                                            |                         |                 |                                |                               |                    |                                |              |                                          |                          |
|------------|--------|--------------------------|------------------------------|-----------------------|------------------|------------|-------------------|-------------------|--------------------------------------------|-------------------------|-----------------|--------------------------------|-------------------------------|--------------------|--------------------------------|--------------|------------------------------------------|--------------------------|
|            |        | 環境が<br>若者が<br>集まり<br>やすい | 情報<br>発信<br>県外へ<br>の<br>アピール | 子育<br>てしや<br>すい環<br>境 | 除雪を<br>確実に<br>する | 環境<br>づくり  | 高齢者<br>が活躍<br>できる | 健全な<br>レジャー<br>施設 | 女性<br>が生き<br>生きと<br>して働<br>ける環<br>境づく<br>り | 移住し<br>やすい<br>環境づ<br>くり | 人材の<br>育成支<br>援 | 活<br>性<br>化<br>ある<br>地元企<br>業の | 活<br>性<br>化<br>のた<br>めの組<br>織 | 特<br>産品<br>の開<br>発 | 致<br>大<br>型複<br>合商<br>業施<br>設誘 | 企<br>業誘<br>致 | の<br>支<br>援<br>ボラ<br>ンテ<br>ィア<br>活動<br>へ | 大<br>河ド<br>ラマ<br>の誘<br>致 |
| 給与生<br>活者  | 847人   | 369<br>44%               | 342<br>40%                   | 316<br>37%            | 242<br>29%       | 189<br>22% | 235<br>28%        | 197<br>23%        | 191<br>23%                                 | 170<br>20%              | 169<br>20%      | 156<br>18%                     | 120<br>14%                    | 155<br>18%         | 136<br>16%                     | 32<br>4%     | 57<br>7%                                 | 34<br>4%                 |
| 目営・<br>自由業 | 72人    | 34<br>47%                | 31<br>43%                    | 33<br>46%             | 16<br>22%        | 31<br>43%  | 16<br>22%         | 13<br>18%         | 25<br>35%                                  | 24<br>33%               | 15<br>21%       | 12<br>17%                      | 9<br>12%                      | 5<br>7%            | 14<br>19%                      | 8<br>11%     | 4<br>6%                                  | 1<br>1%                  |
| 家事従<br>事者  | 129人   | 40<br>31%                | 51<br>40%                    | 47<br>36%             | 47<br>36%        | 46<br>36%  | 19<br>15%         | 44<br>34%         | 31<br>24%                                  | 31<br>24%               | 31<br>24%       | 29<br>22%                      | 18<br>14%                     | 12<br>9%           | 21<br>16%                      | 15<br>12%    | 14<br>11%                                | 0<br>0%                  |
| 学生         | 368人   | 162<br>44%               | 99<br>27%                    | 95<br>26%             | 128<br>35%       | 62<br>17%  | 99<br>27%         | 78<br>21%         | 61<br>17%                                  | 51<br>14%               | 33<br>9%        | 58<br>16%                      | 70<br>19%                     | 66<br>18%          | 11<br>3%                       | 30<br>8%     | 34<br>9%                                 | 12<br>3%                 |
| 無職         | 170人   | 68<br>40%                | 62<br>36%                    | 56<br>33%             | 50<br>29%        | 76<br>45%  | 29<br>17%         | 45<br>26%         | 44<br>26%                                  | 46<br>27%               | 37<br>22%       | 28<br>16%                      | 36<br>21%                     | 11<br>6%           | 31<br>18%                      | 34<br>20%    | 12<br>7%                                 | 4<br>2%                  |
| その他        | 33人    | 13<br>39%                | 9<br>27%                     | 16<br>48%             | 7<br>21%         | 15<br>45%  | 5<br>15%          | 11<br>33%         | 6<br>18%                                   | 9<br>27%                | 9<br>27%        | 1<br>3%                        | 6<br>18%                      | 1<br>3%            | 5<br>15%                       | 3<br>9%      | 1<br>3%                                  | 2<br>6%                  |
| 無回答        | 45人    | 18<br>40%                | 10<br>22%                    | 16<br>36%             | 14<br>31%        | 9<br>20%   | 8<br>18%          | 14<br>31%         | 9<br>20%                                   | 16<br>36%               | 6<br>13%        | 7<br>16%                       | 14<br>31%                     | 3<br>7%            | 3<br>7%                        | 7<br>16%     | 3<br>7%                                  | 2<br>4%                  |
| 全体         | 1,664人 | 704<br>42%               | 604<br>36%                   | 579<br>35%            | 504<br>30%       | 428<br>26% | 411<br>25%        | 402<br>24%        | 367<br>22%                                 | 347<br>21%              | 300<br>18%      | 291<br>17%                     | 273<br>16%                    | 253<br>15%         | 221<br>13%                     | 129<br>8%    | 125<br>8%                                | 55<br>3%                 |

## Q10. とやまの活性化のために、自分に出来ることは何ですか。(5つまで)

### (1)全体では

「県産品・県産米の購入(地産地消)」は51%である。「イベントに参加」は37%、「地域のお祭り、地域活動に参加」は36%である。



### (2)年代別では

「県産品の購入」は、50代、60代が高い。「イベントに参加」は20代以下で高い。「地域のお祭りに参加」は、30代以上で高い。「観光地への訪問」は、20代、40代で高い。「地元商店での購入」は、70歳以上で高い。「適正な価格で購入」は、50代以上で高い。「ボランティア活動」は、20歳未満で高い。「子育て世代への支援」は、60代で高い。

| 年代    | 人数     | 項目                 |            |                        |            |                        |                           |             |            |                 |           |                  |          |
|-------|--------|--------------------|------------|------------------------|------------|------------------------|---------------------------|-------------|------------|-----------------|-----------|------------------|----------|
|       |        | (県産品・県産米の購入(地産地消)) | イベントに参加    | 地域のお祭り、地域活動に参加・伝統文化の継承 | 観光地への訪問    | 大型店舗での購入だけでなく、地元商店でも購入 | 安価なものばかり求め、適正な価格を理解して購入する | その他ボランティア活動 | 子育て世代への支援  | 高齢者や障がい者の見守り・支援 | 特産品づくり    | 各種活動への会員登録・寄付・募金 | その他      |
| 20歳未満 | 279人   | 87<br>31%          | 119<br>43% | 87<br>31%              | 70<br>25%  | 46<br>16%              | 29<br>10%                 | 85<br>30%   | 26<br>9%   | 39<br>14%       | 25<br>9%  | 28<br>10%        | 3<br>1%  |
| 20代   | 216人   | 95<br>44%          | 95<br>44%  | 53<br>25%              | 87<br>40%  | 44<br>20%              | 33<br>15%                 | 27<br>12%   | 16<br>7%   | 25<br>12%       | 12<br>6%  | 5<br>2%          | 0<br>0%  |
| 30代   | 190人   | 101<br>53%         | 74<br>39%  | 79<br>42%              | 70<br>37%  | 44<br>23%              | 39<br>21%                 | 17<br>9%    | 23<br>12%  | 13<br>7%        | 9<br>5%   | 6<br>3%          | 3<br>2%  |
| 40代   | 304人   | 173<br>57%         | 117<br>38% | 121<br>40%             | 118<br>39% | 105<br>35%             | 60<br>20%                 | 40<br>13%   | 41<br>13%  | 28<br>9%        | 11<br>4%  | 14<br>5%         | 3<br>1%  |
| 50代   | 241人   | 144<br>60%         | 94<br>39%  | 95<br>39%              | 86<br>36%  | 78<br>32%              | 68<br>28%                 | 46<br>19%   | 43<br>18%  | 48<br>20%       | 15<br>6%  | 15<br>6%         | 4<br>2%  |
| 60代   | 250人   | 153<br>61%         | 80<br>32%  | 94<br>38%              | 66<br>26%  | 98<br>39%              | 68<br>27%                 | 65<br>26%   | 83<br>33%  | 57<br>23%       | 21<br>8%  | 20<br>8%         | 0<br>0%  |
| 70歳以上 | 177人   | 85<br>48%          | 40<br>23%  | 73<br>41%              | 41<br>23%  | 83<br>47%              | 45<br>25%                 | 40<br>23%   | 37<br>21%  | 56<br>32%       | 22<br>12% | 17<br>10%        | 0<br>0%  |
| 無回答   | 7人     | 3<br>43%           | 0<br>0%    | 0<br>0%                | 1<br>14%   | 2<br>29%               | 0<br>0%                   | 1<br>14%    | 0<br>0%    | 0<br>0%         | 0<br>0%   | 0<br>0%          | 0<br>0%  |
| 全体    | 1,664人 | 841<br>51%         | 619<br>37% | 602<br>36%             | 539<br>32% | 500<br>30%             | 342<br>21%                | 321<br>19%  | 269<br>16% | 266<br>16%      | 115<br>7% | 105<br>6%        | 13<br>1% |

### (3)男女別では

「地産地消」「地元商店でも購入する」「ボランティア活動」「高齢者支援」の各項目で女性が高く、「イベントに参加」「適正価格で購入」は、男性が高い。

| 年代別 | 人数     | 項 目                   |            |                   |            |            |             |                                 |             |            |                 |           |                  |
|-----|--------|-----------------------|------------|-------------------|------------|------------|-------------|---------------------------------|-------------|------------|-----------------|-----------|------------------|
|     |        | (県産品・県産米の購入<br>（地産地消） | イベントに参加    | 地域のお祭りに参加・伝承文化の継承 | 観光地への訪問    | 地元商店でも購入する | 大型店舗での購入ばかり | 安価なものばかり求めるのではなく、適正な価格を理解して購入する | その他ボランティア活動 | 子育て世代への支援  | 高齢者や障がい者の見守り・支援 | 特産品づくり    | 各種活動への会員登録・寄付・募金 |
| 男   | 627人   | 295<br>47%            | 252<br>40% | 239<br>38%        | 216<br>34% | 160<br>26% | 141<br>22%  | 105<br>17%                      | 95<br>15%   | 80<br>13%  | 49<br>8%        | 43<br>7%  | 7<br>1%          |
| 女   | 1,022人 | 541<br>53%            | 364<br>36% | 357<br>35%        | 321<br>31% | 333<br>33% | 194<br>19%  | 215<br>21%                      | 170<br>17%  | 186<br>18% | 65<br>6%        | 61<br>6%  | 6<br>1%          |
| 無回答 | 15人    | 5<br>33%              | 3<br>20%   | 6<br>40%          | 2<br>13%   | 7<br>47%   | 7<br>47%    | 1<br>7%                         | 4<br>27%    | 0<br>0%    | 1<br>7%         | 1<br>7%   | 0<br>0%          |
| 全体  | 1,664人 | 841<br>51%            | 619<br>37% | 602<br>36%        | 539<br>32% | 500<br>30% | 342<br>21%  | 321<br>19%                      | 269<br>16%  | 266<br>16% | 115<br>7%       | 105<br>6% | 13<br>1%         |

### (4)職業別では

「地産地消」は、家事従事者、自営業、給与生活者が高い。「イベントに参加」は学生や給与生活者が高い。「地域のお祭りに参加」は、自営業、その他が高く、「観光地への訪問」は、給与生活者が高い。「地元商店で購入」は、無職及び家事従事者が高い。

| 職業     | 人数     | 項 目                   |            |                                   |            |                |                                   |                                         |             |            |                     |           |                      |
|--------|--------|-----------------------|------------|-----------------------------------|------------|----------------|-----------------------------------|-----------------------------------------|-------------|------------|---------------------|-----------|----------------------|
|        |        | (県産品・県産米の購入<br>（地産地消） | イベントに参加    | 地域のお祭りに参加・<br>内や校下の地域活動・<br>文化の継承 | 観光地への訪問    | 地元商店でも購入<br>する | 大型店舗での購入ばかり<br>でなく、地元商店でも購<br>入する | 安価なものばかり求め<br>るのではなく、適正な価<br>格を理解して購入する | その他ボランティア活動 | 子育て世代への支援  | 高齢者や障がい者の見<br>守り・支援 | 特産品づくり    | 各種活動への会員登録・<br>寄付・募金 |
| 給与生活者  | 847人   | 476<br>56%            | 331<br>39% | 317<br>37%                        | 328<br>39% | 271<br>32%     | 187<br>22%                        | 116<br>14%                              | 112<br>13%  | 95<br>11%  | 40<br>5%            | 35<br>4%  | 10<br>1%             |
| 自営・自由業 | 72人    | 44<br>61%             | 21<br>29%  | 28<br>39%                         | 19<br>26%  | 27<br>38%      | 14<br>19%                         | 14<br>19%                               | 21<br>29%   | 16<br>22%  | 8<br>11%            | 13<br>18% | 0<br>0%              |
| 家事従事者  | 129人   | 84<br>65%             | 33<br>26%  | 48<br>37%                         | 31<br>24%  | 48<br>37%      | 37<br>29%                         | 31<br>24%                               | 42<br>33%   | 37<br>29%  | 7<br>5%             | 12<br>9%  | 0<br>0%              |
| 学生     | 368人   | 126<br>34%            | 161<br>44% | 112<br>30%                        | 99<br>27%  | 58<br>16%      | 39<br>11%                         | 101<br>27%                              | 32<br>9%    | 55<br>15%  | 31<br>8%            | 29<br>8%  | 2<br>1%              |
| 無職     | 170人   | 73<br>43%             | 53<br>31%  | 63<br>37%                         | 41<br>24%  | 75<br>44%      | 45<br>26%                         | 41<br>24%                               | 39<br>23%   | 48<br>28%  | 21<br>12%           | 11<br>6%  | 0<br>0%              |
| その他    | 33人    | 16<br>48%             | 9<br>27%   | 18<br>55%                         | 10<br>30%  | 9<br>27%       | 4<br>12%                          | 7<br>21%                                | 14<br>42%   | 8<br>24%   | 3<br>9%             | 2<br>6%   | 0<br>0%              |
| 無回答    | 45人    | 22<br>49%             | 11<br>24%  | 16<br>36%                         | 11<br>24%  | 12<br>27%      | 16<br>36%                         | 11<br>24%                               | 9<br>20%    | 7<br>16%   | 5<br>11%            | 3<br>7%   | 1<br>2%              |
| 全体     | 1,664人 | 841<br>51%            | 619<br>37% | 602<br>36%                        | 539<br>32% | 500<br>30%     | 342<br>21%                        | 321<br>19%                              | 269<br>16%  | 266<br>16% | 115<br>7%           | 105<br>6% | 13<br>1%             |

## IV まとめ

### 1 調査結果のまとめ

#### (1) 北陸新幹線開業について

- ・北陸新幹線開業に伴い、県内各地で多くの行事が開催されたが、従来から行われているイベントも合わせると21%の人が何らかの行事に参加し、北陸新幹線開業に伴うにぎわいが創出された。
- ・北陸新幹線利用者は東京への利便性や乗車の快適性を高く評価していた。一方で、金沢・関西方面への不便さが目立つようになっている。
- ・北陸新幹線開業で変化した点は、関東方面への移動性の向上、富山から関西・中京方面への移動の不便になったことが際立っていたが、マスコミ等で富山をよく取り上げられるようになったと実感している人が多くいた。

#### (2) とやまの魅力、再発見

- ・とやまの魅力に対して「食の豊かさ」、「自然災害が少ない」や「立山連峰・雪の大谷」など自然環境を資源としたものが多かった。しかし、優れているとする項目への評価は若干男女差が見られ、男性は、ものづくりに関する項目が高く、女性は、自然環境や安全性に関する項目が高かった。
- ・富山県に対する県外の人々の評価でも、「食べ物が豊か」「魚、米、水がおいしい」など富山の食への魅力が高い。次いで「自然が豊か」など自然環境にかかわることが多く県内の在住者と一致していた。また「人が親切」「住みやすい」などの意見も見られた。
- ・改善が必要な点としては、「観光資源・施設」に関する意見が多く、次いで「公共交通機関の不便さ」が挙げられている。「県民性が内気」「保守的・閉鎖的」など県民性に関する意見も見られた。
- ・魅力を高めるためには、観光客の受け入れを一層多くするためには環境を良くすることが必要であると考える人が多かった。次いで、「公共交通機関の充実」や、「県民がもっと笑顔で外交的になる」などの項目も高い。さらに、年代別の傾向として、40代前後は、「観光客を受け入れやすい環境づくり」や「公共交通機関の充実」などインフラの充実を望んでおり、50代以上になると「生活を楽しむ」や「笑顔で外交的になる」など県民性に関する項目が高い。
- ・「北陸新幹線が開業しても変わって欲しくないと思うこと」については、いずれの年代においても「美しい自然環境」、次いで「犯罪や消費者トラブルが増えないこと」であった。

#### (3) とやまを活性化するために

- ・行政に望むこととして、「若者が集まりやすい環境づくり」を整備する意見が多かった。次いで、「県外へのアピール・情報発信」の要望が高いため、さらなる広報活動を期待したい。  
女性では、「子育てしやすい環境」「高齢者の活躍できる環境」「女性が生き生きと働ける環境」などの項目が高く、男性では、「健全なレジャー施設」や「大型複合商業施設」「企業誘致」など施設の充実に関する項目が高い。
- ・自分で出来ることとして、「県産品・県産米の購入（地産地消）」が最も高く特に50代、60代で高い。次いで「イベントに参加」は、20代以上で高い。「地域活動に参加」は、30代以上で高い。女性は「地産地消」「ボランティア活動に参加」「高齢者支援」などの各項目で高く、男性は「イベントに参加」「適正な価格で購入」の項目で高いと回答し、男女での生活役割による違いが伺える。

## 2 今後の取組み

**北陸新幹線開業をきっかけに、次のような行動を通じて富山の活性化につなげていきたい。**

- (1) 県内公共交通機関の相互の利便性が向上するよう働きかける。一方で、観光業関係者に案内板設置やサービス精神を向上させる、県民がもっと笑顔で外交的になるなど、来県者に対して気持ちの良い応対に努める。
- (2) 富山の伝統的な良さを再認識し、子育て世代や若者が前向きに生きられる、環境づくりや応援する気持ちを富山県民自身が持ち、定住者を増やすよう努める。
- (3) 富山の食を守るため、より一層「地産地消」に努める。また、「地元商店での購入」「適正な価格で購入」など、持続可能な社会を創るための消費者行動の推進に努める。
- (4) 将来にわたって自然環境を守るため、「マイバッグ持参の維持」「食品廃棄物の減量」「節電・節水」「エコドライブ」など、環境に優しい取り組みを継続強化する。

## V 回答者の意見

### 1 自由意見

（Q 北陸新幹線開業をきっかけに、今後、活力や魅力のある、とやまを創造するにはどのような取り組みが必要だと思いますか。意見、感想をご自由にお書きください。）

#### 〈あいの風とやま鉄道について〉

- ・北陸新幹線とあいの風とやま鉄道との接続利便性向上が必要。（観光客が訪れる休日のライナー運行など）（30代男性他3名）
- ・日常的な生活手段としての公共交通の利便性の向上。例えば、あいの風の快速を増やす。  
(50代男性他1名)

#### 〈富山駅・利便性について〉

- ・JR富山駅の南北通路や並行在来線のホーム整備の早期完成。（50代男性他4名）
- ・観光地へのアクセス、ツアー等の充実。（30代女性他6名）
- ・観光地に観光客が訪れた際の接遇の充実。（20代女性）
- ・金沢からもっと観光客を呼び込むためにも、金沢～富山間の運賃を考えたほうがいい。（40代女性）
- ・高岡駅と新高岡駅が離れているため、新幹線開業の恩恵を受けていない。富山駅、金沢駅で下車し、そこを起点に動いた方が効率がよいので、人の流れが高岡まで及ばない。（40代女性）
- ・新高岡駅の駐車場が常に満杯になっている。新幹線に乗るために駐車したい人が止められない。有料化にはしてほしくないが、なにか良い考えはないか。（40代女性）
- ・新幹線利用者のために無料駐車場の設置。（60代男性他2名）
- ・東京への通勤者を増やす。（40代男性）
- ・各駅停車の金沢、福井行きのバス路線を作してほしい。（20歳未満女性他2名）
- ・長野から新潟を通らないで直に富山に来ることの出来る高速道路があるといい。（20歳未満男性）

#### 〈駅周辺の開発〉

- ・駅周辺の施設を充実させ、若者から高齢者まで幅広い層を受け入れることができる環境を作る。  
(20代男性他1名)
- ・富山駅周辺に早朝から夜遅くまで休めるようなレストランやカフェなどがあればよい。  
(60代女性他2名)
- ・駅周辺の雰囲気、富山らしく変えていくような取り組みをしてほしい。（20代女性）
- ・シネマ商店街はそのまま残してほしい。（50代女性）
- ・車を極力使用せずに市内を移動できる交通網の整備し、さらに、富山駅を中心として飲食店や商店街を再編し、中心市街地に人を集める。（山王祭りのようににぎわいがあればいい。）（20代男性）
- ・立山連峰が見渡せる展望台（コーヒーが飲めるところ）が、駅周辺にあればいい。例えば、インテック最上階を展望レストランにする。駅周辺に、屋台村や複合施設を作る。（60代男性）

- ・富山駅の近くに、美味しくて安くて新鮮なお魚が食べられる大きな施設を作るとよい。

(70 歳以上男性)

- ・駅に「すしミュージアム」を作る。(40 代女性他 1 名)

### 〈富山空港〉

- ・富山空港の活性化、大阪便の検討。(40 代男性他 1 名)
- ・無理に航空便を残さず、撤退・減便して、その分の経費、税金を他に利用すべき。空港も新幹線もと欲を張ると共倒れする。(30 代女性)
- ・新幹線もいいが、飛行機の便数を減らして欲しくない。(70 歳以上女性)
- ・変なネーミングセンスを発揮しない方がいい。(富山「きときと」空港など)(20 歳未満女性)

### 〈観光〉

- ・松川を整備し、環水公園とつなぐ。そして、川沿いに店を作り、観光地にする。(40 代男性)
- ・宇奈月温泉の PR をもっとしてほしい。(20 歳未満女性)
- ・富山県民が、まず富山の素晴らしさを知り、他県の人に伝え、県内への訪問者を増やす。  
(50 代女性他 5 名)
- ・富山、福井、石川、新潟、長野で一致協力して、北信越の魅力を伝えていく。(20 代男性)
- ・一日周遊のコースを提案し、メディアを活用して全国に広くアピールする。(50 代男性他 1 名)
- ・長野、石川と協力して、何日間か有効の周遊切符を発行し、長く滞在してもらおう体験型の観光を提案していく。(40 代女性他 1 名)
- ・富山へのリピーターを増やす取組みが必要。(60 代男性他 2 名)
- ・富山を素通りにしないで、ゆっくり滞在してもらえる環境づくりをしてほしい。(60 代女性)
- ・活力や魅力を「観光」を中心にのみ求めているように感じる。とやまらしさを観光以外にも作り出す。  
(60 代女性他 2 名)
- ・金沢のような年中観光できる場所をつくる。(20 歳未満女性)
- ・金沢と比較されやすいので、各所にこだわりを持った環境作りをするべき。駅の待合室にしても、金沢と富山では PR の仕方が全く違う。(20 代女性他 3 名)
- ・金沢にはない魅力、いかにも観光地らしくない富山の魅力ある土地の発見。一回限りの旅行ではなく、何度も訪れたくなるような懐かしさを感じてもらえるような土地になることが大切。そのためには、人と人とのつながりが大切と思う。(50 代女性)
- ・金沢は、伝統工芸と現代的な施設(美術館など)が上手くマッチし、お店もおしゃれでアピール力もある。富山は、ただそれを真似するだけでなく、富山独特の魅力をアピールした方がいい。(駅前シネマ街など、コアでディープな場所を残して、マニアックなファンを増やすなど。)(50 代女性)
- ・北陸新幹線開業で、富山県よりも金沢のアピールが多く、テレビで金沢の情報ばかり目についたので、富山の情報を拡げてほしい。(30 代女性他 4 名)
- ・行政の枠を取り去って、新たな見方による観光地の開発を考えてみる。例えば、馬場島へは、無理に上市から行こうとせず、早月川沿いの滑川市からのルートをきちんと作り上げる。(60 代男性)



## 〈生活〉

- ・環状線、車以外の交通網の整備。（30 代男性他 2 名）
- ・交通機関の充実（市街地は良いが、郊外に行くにつれ、不便になってきている。（70 歳以上女性）
- ・高齢者が、どの地域からでも、市内に車なしで移動できるようにしてほしい。（60 代男性他 1 名）
- ・電車等の路線を拡張してほしい。電車の本数も、中心部のみばかりではなく、富山市すべての路線と駅まで増やしてほしい。学校(高校)に通うのも電車の本数が少なすぎる。（40 代女性）
- ・中心地だけが便利、車なら 15 分ほどで行けるが、公共の電車、バスを使おうとするととても不便。公共交通をよく考えていただくと、生活するのも楽しく、気持ちのよいまちになると思う。

（60 代女性他 1 名）

- ・パーク＆ライドの拡充。（60 代男性他 1 名）
- ・富山の活力は、一人一人が自分に合ったボランティア活動や協力活動によって、人と人との関係改善を図ることが基本である。（70 歳以上男性）
- ・コミュニティビジネスが盛んになること。（60 代男性）
- ・若者の意見を充分聞いて、とやまは何が不足しているのかについて、企画隊を結成する。

（70 歳以上女性）

- ・地域を盛り立てる活動の充実と参加。（50 代女性他 1 名）
- ・インパクトのある「ゆるキャラ」作り。（20 歳未満女性）
- ・大阪まで全通して始めてその機能性が期待できる。現状のまま長期にわたり、推移すれば、折角のポテンシャルも発揮できないまま埋没することが懸念され、更にストロー現象が増大することも考えられる。（70 歳以上男性）
- ・有名な観光地を作るか、地元の人にしか出来ないようなお祭りを開催する。このためには、地域の人々の結束と、行政の協力が不可欠である。（20 代男性）

## 〈街づくり〉

- ・観光重視の施策をやめて、住民生活を重視すること。（40 代男性）
- ・県民が住み易く、便利な町を作ることが一番の活性化につながる。県民が、物心ともに豊かになれるよう、取り組んでほしい。（60 代女性他 1 名）
- ・地元の人を一番に考えた町づくりをしてほしい。（県民の意見を聞いて）（20 歳未満女性他 2 名）
- ・隣近所の方が声を掛け合って、安心して暮らすことができる、住みたくなるような街づくり。

（40 代女性）

- ・全国有数の小規模県であることから、県都富山市ばかりに集中させることなく、過疎地域にも浸透するような施策を講じてほしい。（70 歳以上女性他 1 名）
- ・日本一美しい町づくりを進めてほしい。吊花も他県ではあまり見られない花が、町並に彩りを添えている。もっと増やしてほしい。（70 歳以上女性他 1 名）
- ・保育園、学童保育を充実させ、共働きを日本一応援する県になってほしい。（小学校に児童館併設、保育園・幼稚園に学童保育併設）（40 代女性）
- ・子育て世代の優遇。（住居、保育園、仕事、産休、休日の遊び場など。）（40 代男性他 2 名）

- ・サッカー場やスポーツなど、子供たちが楽しめる場を作る。(60代女性)
- ・中心市街地以外にも道路や公共施設の充実をすべきと思う。(50代女性)
- ・県民一人一人が富山の良さを確認し、知人、縁者を呼び込めば、広い範囲の方達の来県が増える。(70歳以上女性)
- ・自分たちの住むところに誇りを持ってお互いの立場を尊重しあい、資質の向上を図ることが、とやま全体の総合力を高める。同時に富山の良さを県内外に正しく伝え、富山へ来てもらうことが大切である。(70歳以上女性)
- ・富山にしかないものをいかに増やしていくか考えるべき。もっと情報を発信し、富山ブランドをPRしていくべきだと思う。(50代男性)
- ・自分達が住んでいる地域の魅力をもっと知る機会を設け、一人ひとりが自信をもって、より多くの人に我が郷里を知ってほしいという気持ちを醸成すること。小さな輪の広がりを期待する。

(70歳以上男性)

- ・都会の真似をした開発はほどほどに、富山にしかない美しい自然や美味しい食材を大切にしていアピールしてほしい。あとは街中の駐車場混雑の改善策があればもっと盛り上がると思う。のんびりとしているこの富山が好きなので、私たちもできることをしていきたい！(20代女性)
- ・全国ネットのTVやインターネットを通して、積極的にPR活動を行う。(40代男性他1名)
- ・ものづくり産業だけではなく、新しい事業・産業を誘致する。(60代女性)
- ・一定の世代だけでなく、幅広い世代が情報を県外に発信し、活動を行うことで、多くの世代から共感が得られると思う。県全体での活動参加が大切だと思う。(20歳未満女性)
- ・県内出身の若者のUターンを促進するため、積極的な企業誘致に力を入れてほしい。

(60代女性他3名)

- ・若い女性性が県外へ流出しない政策をしてほしい。(50代男性)
- ・人材を育成する指導者を招く。(40代女性)
- ・県外との交流・流通を積極的にし、マイナス面を改善していきたい。(50代男性他1名)
- ・東京へ行かなくてもすむように、ブランドショップなどを数多く誘致する。(40代男性他1名)
- ・県東部の活性化も仰ぎたい。(60代女性他1名)
- ・海外へもっとアピールする。(30代女性他3名)
- ・県をあげての語学教室開催。(英、中、台など)(50代女性)
- ・加賀藩の中で新川地域に金山が多くあり、藩の重要な財源となった。秀吉の大判小判も加賀藩の金箔も越中の国の七金山があったからだ。今からでも安土桃山江戸時代の金判、銀判等収集して、県をPRしてはどうか。(60代男性)
- ・近代美術館跡に博物館を建設し、富山県の歴史、偉人、優良企業等の資料を展示してはどうか。

(60代男性)

- ・店舗やタクシー業界の顧客サービスの向上。観光県(北海道、岡山県、広島県)など参考にすべき。
- ・社会のルールや言葉遣いに気をつけることが、大切である。(60代女性)

(70歳以上男性)

## 2 設問毎の「その他」の意見

Q1 北陸新幹線開業で、とやまを元気にする多くのイベント等が開催されましたが、あなたは参加しましたか。

- ・北陸新幹線沿線知事シンポジウム（60代男性）
- ・県民会館のイベント（40代女性他3名）
- ・サクラ咲くフェスタ2015（黒部宇奈月温泉開業イベント）（50代男性）
- ・記念コンサート（60代女性）
- ・C I Cのプロジェクトマッピング（20代女性）
- ・おとぎの森で手を振った。（60代女性）
- ・新高岡駅停車応援ソングのビデオクリップにダンス出演。（50代女性）
- ・清掃活動（60代男性）

Q3 北陸新幹線に乗って良かった点、良くなかった点について

（良かった点）

- 移動時間 ・金沢に行くのに早くなった。（40代男性他1名）
- ・乗り換えがなく、快適。（40代男性他6名）
- 乗り心地 ・空いていて快適。（60代男性）
- 設 備 等 ・コンセント装備が良い。（40代女性他5名）
- ・社内で100Vもあり、移動時P Cによる業務遂行ができ効率的。（40代男性）
  - ・子供連れでも安心。（30代女性）
  - ・乗務員の笑顔が素敵だった。（50代女性）
  - ・席数が多くなったため、指定席が取りやすくなった。（30代女性）

（良くなかった点）

- 利 便 性 ・あいの風とやま鉄道が混雑している。（50代男性）
- ・富山駅の北側から乗車できないなど、利便性が悪い。（30代女性他9名）
  - ・富山駅の無料駐車場が無くなった。（60代男性他1名）
  - ・車利用者の駅へのアクセスが不便。（60代男性他2名）
  - ・新幹線から富山駅北口に出るのに、上り下りが多く不便でつらかった。（60代男性）
  - ・ビジネスマンのみを対象としているのか、土・日のあいの風ライナーは運休。（60代男性）
  - ・新幹線で早く富山に着いても乗り継ぎ列車が1時間以上も無い。（60代男性）
- 設 備 ・発券機が少ない。（40代男性他1名）
- ・あいの風とやま鉄道の富山駅が工事中で不便。（50代男性他1名）
  - ・駅内の案内表示が不親切すぎる。（30代男性）
  - ・駅館内の設備が不便。（50代女性）
  - ・富山駅内にエスカレーターが欲しかった。（30代女性他1名）
- 新 高 岡 ・高岡駅から新高岡駅までの乗り継ぎが面倒、不便。（30代女性他2名）
- ・新高岡駅の、駐車スペースが少ない。（50代男性他1名）
  - ・トンネルが多く、携帯電話が繋がりにくい。（30代男性他6名）

- ・トンネルで耳痛あり（高崎のあたりでもあった）。（40代女性他1名）
  - ・速度アップのため窓が小さい。（70歳以上女性）・ブレーキ音がうるさい。（60代男性）
  - ・座席のカーブがきつくて座り心地が悪く感じた。（20歳未満女性）
- 利便性
- ・車内販売がなかなかこない。（50代男性他1名）
  - ・接客態度があまりよくなかった。（30代女性）
  - ・団体枠が少ない。ツアーを組んでも席の確保が難しい。（40代男性）

#### Q4 新幹線開業で何が変わったと思いますか。

##### （良い方向への変化）

- 来県者
- ・県内の建設物がリニューアルまたは増設され、活気づいた。（30代女性）
  - ・芸能人がよく来県するようになった。（40代女性）
  - ・コンベンション、全国規模の会議、学会が増えた。（50代男性）
  - ・外国人を見かけることが多くなった。（60代男性他1名）
  - ・富山駅周辺の人通りが多くなった。（60代男性）
- イメージ
- ・関東地方の人々の富山に関するイメージがアップした。（50代女性）
  - ・駅周辺の注目度UPによる観光客が増えた。（ただ、対応が追いついていない。）（30代女性）
- 利便性
- ・東京の出張が増えた。（40代男性）
  - ・若者が仕事をする場所を増やせると思う。（60代女性）
  - ・スイカが使えるようになった。（20歳未満女性）

##### （良くない方向への変化）

- 価格上昇
- ・電車の運賃が値上がりした。（20代女性他6名）
  - ・物価上昇。（50代男性他1名）
  - ・富山駅券売機が混雑、操作も分かりにくい。（20代女性）
  - ・駅前駐車場が混雑して週末に駐車できない。（40代女性）
  - ・富山駅北口から新幹線の乗り場が分かりにくい。（50代女性）
  - ・駅の構内のトイレが分からない。（60代女性）
  - ・飛行機の便が減った、いざという時にないと不便。（20代女性他2名）
  - ・福井に電車一本で帰れなくなった。（20歳未満男性）
  - ・あいの風鉄道の車両が少なく通勤がづらい。（福岡～富山）（50代男性他2名）
  - ・JRとあいの風鉄道の乗継が不便。（40代男性他1名）
  - ・県東部から金沢行きの列車が少ない。特に休日はライナーもなく不便になった。（30代男性）
- サービス
- ・市電などにより、駅前が歩行者にとって危険になった。（60代男性）
  - ・高齢者にとっては良くないことばかり。（騒音等）（70歳以上女性他1名）
  - ・小売業があまり売れなくなった。（50代男性）
  - ・金沢や長野にストロー現象で吸い取られている感じがする。（40代男性他1名）

**Q5 県外の人に特にアピールしたいことは何ですか。**

- ・ヒスイ海岸（40代男性） ・雨晴海岸（40代女性他1名）
- ・高岡城跡、高岡の大仏（40代男性） ・蜃気楼（60代男性）・称名滝（20歳未満女性他2名）
- ・氷見（日本海と立山連峰）（70歳以上女性他4名） ・氷見番屋街（50代男性）
- ・上高地に日帰りで行けること（60代女性）・氷見温泉郷（60代女性） ・万葉線（40代男性）
- ・ライトレール等の交通を利用した観光（岩瀬など）（50代女性他2名）
- ・富山市内の路面電車（50代女性）
- ・メルヘン小矢部（20歳未満男性） ・ファミリーパーク（40代女性）
- 街 富山は世界シェアのある工業生産県である点をもっとアピール。（50代女性）
- ・都市部の安定したインフラ。（60代男性）
- 住 車社会の利便性、田舎者の性格のおだやかさ。（30代女性）
- ・暮らし易さ。（30代女性）
- ・全部自信を持ってアピールして欲しい。（60代女性）

**Q7 富山は「ここが変わればもっと良くなる」と思うことは何ですか。**

- 駅周辺 早く工事を完了してほしい。（60代女性）
- ・富山駅構内スペースをもっと広くして、おしゃれにしてほしい。（70歳女性他1名）
- ・富山駅下は市電だけの通過だけでなく、一般車両も通過可となればいい。（70歳男性他1名）
- ・駅地下道の出口の案内板がわからない。（60代女性）
- ・南北ライトレールの接続を早くして欲しい。（60代男性）
- 利便性 スイカ、エコカの利用拡大。（60代男性他1名）
- ・公共交通、電車の本数を増やす。（40代他6名）
- ・駅や各観光地間を結ぶ連絡ルートの充実。（50代男性他1名）
- ・バス、電車など交通インフラの整備。（30代女性）
- ・バスの運賃が高い。（20代男性）
- ・駅構内に椅子が少なく、高齢者や体の不自由な人が利用しにくい。（40代女性）
- ・駅の中でやたら階段が多いので、エスカレーターも増やしてほしい。（40代女性）
- ・市内電車、バスなどの運転手の態度が非常に悪い。（30代男性）
- 街づくり 市街地の駐車場案内がわかりにくい。（70歳以上女性）
- 公共施設 美術館や植物園等の公共施設を利用しやすい料金にしてほしい。（50代女性）
- 観光関連 富山駅近郊にホテルや商業施設を増やすことが大切。（40代男性他4名）
- ・目玉施設がない。（他県から来た人に、是非にと勧めるところがない。）（40代女性他1名）
- ・宇奈月温泉街をもう少し楽しめるように整備する。（40代女性）
- ・旅行に訪れる人が行程を組みやすい工夫。（体験、おみやげ、食事等）。（40代男性）

- 集 客 ・ 数日掛けて滞在したくなる観光資源とルート化。観る・体験・土産品等（30代女性）
  - ・ 観光地へのアクセス等、県外の人にわかり易く情報提供する窓口を増やす。（50代女性）
- 集 客 ・ 映画ロケ地の積極的誘致。富山県にしかないオンリーワンの施設。（40代男性）
  - ・ カジノの誘致。（40代男性）
  - ・ 観光施設の集合化を図って、集客力を高める。（60代女性他2名）
  - ・ 開発も良いが、都会にはない富山の美しい自然をアピールしてほしい。（20代女性1名）
- P R ・ 富山県民が富山県のことをよく知ること。富山県マニュアル等。（50代男性他1名）
  - ・ 安くて美味しく入り易い飲食店を増やす。（60代男性）
  - ・ 駅前に食をPRする施設をもっと設ける。（40代男性他1名）
  - ・ 魚をアピールできる場作り。近江町市場のような。（30代男性他1名）
  - ・ 観光誘致に携わる人たちの世代交代。（30代女性）
  - ・ 観光はもう限界なので、違う切り口で県外からの誘致を考えるべき。（40代男性他1名）
  - ・ 富山の魅力を全体的にアピールしすぎ、もっとメリハリをつけるべき。（20代男性）
- 施 設 ・ アウトレットは良い経済効果をもたらすので、そういう施設を増やしたらいい。（20代女性）
  - ・ イオンだけにたよらない。（20歳未満女性）
  - ・ 若い観光客を増やす。（20歳未満女性）
  - ・ もっと大型施設やテーマパークができれば良い。（40代女性他1名）
  - ・ 環水公園のような公園をもっと増やす。（20代女性他1名）
  - ・ アミューズ施設の充実。（40代男性他1名）
  - ・ 藤子不二雄氏の知名度を活用して、ドラえもんミュージアムなどを作る。（50代男性）
  - ・ 子供の楽しめるところをもっと増やす。（50代女性他1名）
  - ・ イベント会場が少ないから、ドームなどを作ったほうが良い。（20歳未満女性）
- 活 性 化 ・ 土日にかけているお店を増やす。（50代女性）
  - ・ 現在あるものにもっと磨きをかける。（70歳以上男性）
  - ・ プロスポーツチームが強くなること。（40代男性他1名）
  - ・ バス乗り場やトイレでの並び方のマナーを学ぶ。（50代女性）
  - ・ 車椅子で歩道を通ると、道が狭くて、ガタガタするとの声を聞く。（40代男性）
  - ・ 市街地に案内看板や街灯をもっと設ける。（70歳以上女性）
  - ・ 伝統と新しいものを融合した街づくり。（40代男性）
  - ・ 昔ながらの富山のよさを残して欲しい。（50代女性）
  - ・ あまり無理して変わらなくても良いと思う。富山らしさを忘れない。（40代女性2名）
  - ・ まねるのではなく、富山の良いところを生かす視点が大事。（60代女性）
  - ・ 地域ごとの活性化の取組みを増やす。（50代男性）
  - ・ 地域の道路の清掃。（60代女性）
  - ・ 観光重視の施策をやめて、住民生活を重視すること。（40代男性）
  - ・ 県民にとって住み易い住環境を作れば、自然に人は集まり、より活性化する。（60代男性名）

- ・子育て世代が働きやすい労働環境、保育施設の充実化（病児保育など）。（30代女性）
- ・もっと地方に職場の誘致を！働く場所ができれば人が集まる。（30代男性）
- ・Uターンして働くことができる職場、起業家自体を誘致。（50代男性）
- ・今のままが良い。東京で疲れた人が再出発の地として富山を選んでくれたらいい。（40女性）

## Q8 新幹線が開業しても、変わってほしくないと思うことは何ですか

- ・電車賃が変わらないでほしい。（20歳未満女性他5名）
- ・価格上昇（便乗値上げ）しない。（50代女性他名）
- ・人口減少、企業の流出。（40代男性他4名）
- ・コミュニティのつながり。（50代男性）
- ・自分たちの住んでいるふるさとに自信を持ち続ける。（70歳以上女性）

## Q9 とやまの活性化のために、行政や社会に望む事は何ですか。

- ・交通機関の利便性の向上。（40代女性他8名）
- ・富山市中心部だけでなく郊外にも目を向けた街づくり。（30代女性他2名）
- ・プロスポーツチームの支援（特にサッカー）。（40代男性他2名）
- ・大学機関、研究機関などの誘致。（40代女性）
- ・外国観光客の誘致。（50代男性）
- ・安価で品質のよい富山県産ブランドの製品（食品）を作る。（30代女性）
- ・自治会ごとのコミュニケーション活性化への支援。（50代男性）
- ・地方公共団体の一体感と企業の参加。（40代男性）
- ・知事をはじめとする行政職員の社交性アップ。（50代男性）
- ・若者の山間部への移住促進、空き家などの利用サポート。（40代女性）
- ・子供を産める政策、子育て、若者が活躍できる環境を充実し、将来の人口増加につなげること。（60代男性）
- ・ライフ・ワーク・バランス～調和の取れた人間らしい健全な生活、環境・風土作り～仕事以外への意欲を発揮できる余裕が生まれる。（30代女性）
- ・高齢者だけでなく障害者や共働きの方も活躍できる環境づくり。 40代女性他1名）

## Q10 とやまの活性化のために、自分に出来ることは何ですか。

- ・英語通訳。（50代男性）
- ・スポーツ観戦。（40代男性）
- ・県外友人への来県アピール。（30代男性他4名）

- ・ 自己研鑽。 （50代男性）
- ・ 将来、観光系の職に就いて富山に人を呼び込む。 （20歳未満女性）

## 参考

### Q6 県外の人にいわれた富山の良いところや良くないところは何ですか。

（良いところ）（本文P 9で掲載した以外の意見）

- ・ 薬膳料理。 （20代女性）
- ・ 街がコンパクト。（県全体を通じて） （40代男性）
- ・ 世界で一番美しいスターバックスがあるところ。 （40代女性他2名）
- ・ 企業産業に力を注いでいる富山県は活動的で良い。 （60代女性）
- ・ 教育水準が高い。 （50代男性他1名）
- ・ 富山の昆布食文化についての感嘆の声をいただいた。 （20代女性他1名）
- ・ 心が豊かになる生活環境。 （40代男性他2名）
- ・ 奥ゆかしい県民性。 （60代女性）
- ・ 最初はとっつきにくいけど、慣れると親切心や温かさがわかってくる。 （60代女性他1名）

（良くないところ）（本文P10で掲載した以外の意見）

- ・ 駅近くに新鮮な魚の販売店がない。 （70歳以上女性）
- ・ 早朝に富山駅に降りても近くに食事とお茶を飲むところが無い。 （70歳以上女性）
- ・ 案内所が少なく分かりにくい。 （40代女性他3名）
- ・ とやまの良さを認識していない。 （60代男性他2名）
- ・ 豊富な自然資産が観光に生かされていない。 （60代男性）
- ・ 恵まれた自然の重要性を理解できている人が少ない。 （40代男性）
- ・ 県民意識が強く、北陸一体という感覚がない。 （50代男性）
- ・ 富山市中心部商店街が冷え込んでいる。 （50代男性）
- ・ 女性性の立場が低く扱われる。 （30代女性）
- ・ 都会のマネが多く、オリジナル性がない。 （40代男性）
- ・ 災害が少ないため、災害時の対策がしっかりしていない。 （20代女性）
- ・ 街灯が少ない。（夜になると真っ暗になる。） （60代女性他1名）
- ・ イエス、ノーがはっきりしない。 （20代女性）
- ・ 他人のことを気にしすぎ。 （60代女性）
- ・ 売薬で売った県なのに、漢方が主でない医薬品ばかり。 （60代女性）



## VI 調 査 票

### 北陸新幹線開業！ 私たちのくらはは変わった！？

平成27年6月

富山県消費者協会・消費生活研究グループ連絡協議会

#### <アンケートの目的>

北陸新幹線開業をきっかけとして、もっと富山県を元気にするために、生活者の視点から、自分は何をし、どのように意識を変えたら良いのか。持続的で活力のある県づくりにつなげるためにアンケートを行います。ご協力をお願いします。

\*回答いただいた結果は統計的に処理をして、回答者が特定できないようにします。  
また、調査結果は他の目的には使用いたしません。

#### <回答方法>

- ・全部で4ページあります。当てはまる番号の□に✓印をつけてください。
- ・「その他」を選んだ場合は、( ) 内に具体的に記入してください。

○あなた自身のことについてお聞きします。(記入漏れに注意)

- ・性 別      ①□ 男                      ②□ 女
- ・年 代      ①□ 20歳未満      ②□ 20歳代      ③□ 30歳代      ④□ 40歳代  
              ⑤□ 50歳代      ⑥□ 60歳代      ⑦□ 70歳以上
- ・職 業      ①□ 給与生活者      ②□ 自営・自由業      ③□ 家事従事者      ④□ 学生  
              ⑤□ 無職                      ⑥□ その他 (                      )
- ・住 所      ( 市町村名 \_\_\_\_\_ 市・町・村 )
- ・家族人数    ①□ 1人              ②□ 2人              ③□ 3人              ④□ 4人              ⑤□ 5人以上

## I 北陸新幹線開業について

**Q1** 北陸新幹線開業で、とやまを元気にする多くのイベント等が開催されましたが、あなたは参加しましたか。(いくつでも)

- ①□ 試乗会、グランクラス体験、多手山プロジェクト、あいの風鉄道、撮り鉄
- ②□ チューリップフェア
- ③□ 高岡曳山祭り
- ④□ エンジン01
- ⑤□ その他 (                      )
- ⑥□ 参加していない

**Q2** あなたは、北陸新幹線に乗りましたか。(1つ)

- ①□ 乗った                      ②□ 今年中に乗る予定                      ③□ 予定はない

**Q3** **Q2**で「乗った」と答えた人にお聞きします。北陸新幹線に乗って良かった点、良くなかった点についてお答えください。(いくつでも)

1. 良かった点

- ①☐ 東京・長野方面に行くのに早く便利になった。
- ②☐ 友人・親戚と交流の機会が増えた。
- ③☐ 立山と日本海が同時に見えて爽快だった。
- ④☐ 車両がきれいで広く快適だった。
- ⑤☐ 振動もなく静かで快適だった。
- ⑥☐ その他 ( )

2. 良くなかった点

- ①☐ 金沢・関西方面・名古屋方面に行くのに不便になった。
- ②☐ 乗り継ぎがわずらわしくなった。
- ③☐ 交通費が高くなった。
- ④☐ 駅周辺に駐車場が少ない。
- ⑤☐ トンネルが多くて景色が見えなかった。
- ⑥☐ その他 ( )

**Q4** あなたは、北陸新幹線開業で何が変わったと思いますか。(5つまで)

- ①☐ 移動時間の短縮により利便性が向上した。
- ②☐ イベントに参加するなど外出する機会が増えた。
- ③☐ 友人、親戚と交流の機会が増えた。
- ④☐ 他の路線との乗り換えが不便になった。
- ⑤☐ 「サンダーバード」・「しらさぎ」が金沢駅でしか乗れず不便になった。
- ⑥☐ JRの切符が買える駅が減った。
- ⑦☐ 観光地や施設のサービスが良くなった。
- ⑧☐ 施設が充実してイメージアップした。
- ⑨☐ 観光客や県外ナンバーの車が増えた。
- ⑩☐ 富山県のことがマスコミでよく取り上げられるようになった。
- ⑪☐ 企業のUターン・誘致が進んでいる。
- ⑫☐ 県全体が活気づいた。
- ⑬☐ 特に変わっていない。
- ⑭☐ その他 ( )

## II とやまの魅力、再発見

**Q5** あなたが富山県外の人に特にアピールしたいことは何ですか。(5つまで)

- ①☐ 勤勉で、がまん強い県民性      ②☐ 治安が良い      ③☐ 自然災害が少ない
- ④☐ 富山の食の豊かさ      ⑤☐ 富山の名水
- ⑥☐ 立山連峰・雪の大谷      ⑦☐ 立山黒部アルペンルート
- ⑧☐ 宇奈月温泉・黒部峡谷・黒部トロッコ電車      ⑨☐ 立山砂防ダム

- ⑩□ 海王丸パーク・新湊大橋      ⑪□ 環水公園      ⑫□ ほたるいかミュージアム
- ⑬□ 美術館（近代美術館・水墨画美術館など）      ⑭□ ガラス美術館・ガラス工芸
- ⑮□ 立山曼荼羅・布橋灌頂会      ⑯□ 上市大岩山日石寺
- ⑰□ 二上山を中心とした万葉遺産      ⑱□ 瑞龍寺・勝興寺
- ⑲□ 五箇山合掌造り      ⑳□ 砺波散居村
- ㉑□ お祭り（おわら・麦屋・曳山・せり込蝶六・御車山など）
- ㉒□ 富山の伝統工芸（高岡銅器・井波の彫刻など）      ㉓□ 売薬さん（家庭配置薬）
- ㉔□ 富山の製造業（工業・医薬品など）      ㉕□ 富山型デイサービス
- ㉖□ 映画の舞台（点の記、おおかみこどもの雨と雪、稲塚権次郎など）
- ㉗□ その他（      ）

**Q6** あなたが富山県外の人にいわれた、富山の良いところや良くないところは何ですか。  
**Q5**の内容を参考にして自由に記述してください。

- ①□ 良いところ  
（      ）
- ②□ 良くないところ  
（      ）
- ③□ 特にない

**Q7** 富山は「ここが変わればもっと良くなる」と思うことは何ですか。（5つまで）

- ①□ 県民がもっと富山の生活を楽しむ生き方をする。
- ②□ 県民がもっと笑顔で外交的になる。
- ③□ 観光業関係者のサービス精神を向上させる。（店員・タクシー・駅構内の案内など）
- ④□ 県外からの観光客を受け入れやすい環境づくり。
- ⑤□ 駅前や街中に花壇等を設置し、明るい雰囲気づくり。
- ⑥□ 入場料や運賃の割引制度や特典の適用を拡大する。
- ⑦□ 観光地への道路を広くする。
- ⑧□ 駅周辺、駅構内にわかり易い案内看板を設置する。
- ⑨□ 外国語の案内表示がもっとあればよい。
- ⑩□ 駅構内の駐車場やトイレが少ないので増やす。
- ⑪□ 各地域の駅を中心にして、東西や南北を接続する公共交通機関を充実させる。
- ⑫□ 地場産品が流通しやすい仕組みづくり。
- ⑬□ その他（      ）

**Q8** 北陸新幹線が開業しても、変わってほしくないと思うことは何ですか。（3つまで）

- ①□ 美しい自然環境      ②□ 富山県民の人間性      ③□ 地域芸能・伝統工芸の継承
- ④□ おだやかな日常生活      ⑤□ 犯罪や消費者トラブルが増えないこと
- ⑥□ レジ袋削減やごみ分別など環境に配慮した生活スタイルの持続
- ⑦□ その他（      ）

### Ⅲ とやまを活性化するために

**Q 9** とやまの活性化のために、行政や社会に望むことは何ですか。（5つまで）

- |                                               |                                         |
|-----------------------------------------------|-----------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> ① 活性化のための組織づくり       | <input type="checkbox"/> ② 特産品の開発       |
| <input type="checkbox"/> ③ 人材の育成支援            | <input type="checkbox"/> ④ 除雪を確実にする     |
| <input type="checkbox"/> ⑤ 県外へのアピール・情報発信      | <input type="checkbox"/> ⑥ 大河ドラマの誘致     |
| <input type="checkbox"/> ⑦ 若者が集まりやすい環境づくり     | <input type="checkbox"/> ⑧ 移住しやすい環境づくり  |
| <input type="checkbox"/> ⑨ 女性が生き生きとして働ける環境づくり | <input type="checkbox"/> ⑩ 子育てしやすい環境づくり |
| <input type="checkbox"/> ⑪ 高齢者が活躍できる環境づくり     | <input type="checkbox"/> ⑫ ボランティア活動への支援 |
| <input type="checkbox"/> ⑬ 大型複合商業施設誘致         | <input type="checkbox"/> ⑭ 健全なレジャー施設誘致  |
| <input type="checkbox"/> ⑮ 特色ある地元企業の活性化       | <input type="checkbox"/> ⑯ 企業誘致         |
| <input type="checkbox"/> ⑰ その他（               | ）                                       |

**Q 1 0** とやまの活性化のために、自分に出来ることは何ですか。（5つまで）

- |                                                            |                                             |
|------------------------------------------------------------|---------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> ① 県産品・県産米の購入（地産地消）                | <input type="checkbox"/> ② 特産品づくり           |
| <input type="checkbox"/> ③ 観光地への訪問                         | <input type="checkbox"/> ④ イベントに参加          |
| <input type="checkbox"/> ⑤ 地域のお祭りに参加・町内や校下の地域活動・伝統文化の継承    |                                             |
| <input type="checkbox"/> ⑥ 高齢者や障がい者の見守り・支援                 | <input type="checkbox"/> ⑦ その他ボランティア活動      |
| <input type="checkbox"/> ⑧ 子育て世代への支援                       | <input type="checkbox"/> ⑨ 各種活動への会員加入・寄付・募金 |
| <input type="checkbox"/> ⑩ 安価なものばかり求めるのではなく、適正な価格を理解して購入する |                                             |
| <input type="checkbox"/> ⑪ 大型店舗での購入ばかりでなく、地元商店でも購入する       |                                             |
| <input type="checkbox"/> ⑫ その他（                            | ）                                           |

○北陸新幹線開業をきっかけに、今後、活力や魅力のある、とやまを創造するにはどのような取り組みが必要だと思いますか。意見、感想をご自由にお書きください。

ご協力ありがとうございました。

この調査に関するお問い合わせ先

富山県消費者協会（県民共生センター内）

富山市湊入船町6－7

TEL 076 (432) 5690 FAX 076 (432) 5693



「北陸新幹線開業！  
私たちのくらはは変わった！？」  
調査報告書

富山県消費者協会

〒930-0805

富山市湊入船町6-7

(富山県民共生センター)

TEL 076-432-5690

FAX 076-432-5693